

بيتر ف. دروكر

تحديات الإدارة

في القرن الحادي والعشرين

ترجمة: توفيق على منصور

تحديات الإدارة فى القرن الحادى والعشرين

المركز القومي للترجمة

إشراف: جابر عصفور

– العدد 1420

– تحديات الإدارة في القرن الحادى والعشرين

– بيتر ف. دروكر

– توفيق على منصور

– الطبعة الأولى 2010

هذه ترجمة كتاب:

MANAGEMENT CHALLENGES FOR THE 21ST CENTURY

By: Peter F. Drucker

copyright © 1999 by Peter F. Drucker

All Rights Reserved

حقوق الترجمة والنشر بالعربية محفوظة للمركز القومي للترجمة.

شارع الجبلية بالأوبرا – الجزيرة – القاهرة ت: ٢٧٣٥٤٥٢٤-٢٧٣٥٤٥٢٦ فاكس: ٢٧٣٥٤٥٥٤
El Gabalaya St., Opera House, El Gezira, Cairo

E. Mail: egyptcouncil@yahoo.com Tel: 27354524-27354526 Fax: 27354554

تحديات الإدارة فى القرن الحادى والعشرين

تأليف : پيتر ف. دروكر
ترجمة : توفيق على منصور



2010

بطاقة الفهرسة
إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية
إدارة الشؤون الضمنية

ف . دروكر ، بيتر .
تحديات الإدارة في القرن الحادى والعشرين / تأليف : بيتر . ف . دروكر ؛
ترجمة : توفيق على منصور .
ط ١ ، القاهرة : المركز القومى للترجمة ؛ ٢٠١٠
٢٦٠ ص ، ٢٤ سم
١ - الإدارة العامة .
(أ) منصور ، توفيق على (مترجم) .
(ب) العنوان
٣٥٠

رقم الإيداع ٢٠١٠/٧٦٥٤
الترقيم الدولى 3-027-407 - 977 - 978 I.S.B.N.
طبع بالهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية

تهدف إصدارات المركز القومى للترجمة إلى تقديم الاتجاهات والمذاهب الفكرية المختلفة للقارئ العربى وتعريفه بها ، والأفكار التى تتضمنها هى اجتهادات أصحابها فى ثقافتهم ، ولا تعبر بالضرورة عن رأى المركز .

إلى هداة

إلى أستاذى الفاضل العالم الجليل

اللواء أركان الحرب نوال سعيد

رئيس هيئة الإمداد والتموين

فى حرب أكتوبر المجيدة

وما بعدها

المترجم

المحتوى

9	مقدمة المترجم
15	شكر وعرفان
17	مقدمة المؤلف: قضايا الغد الساخنة
21	١ - نماذج جديدة للإدارة
59	٢ - الاستراتيجية والحقائق المؤكدة الجديدة
89	٣ - قائد التغيير
111	٤ - تحديات المعلومات
151	٥ - إنتاجية العامل المعرفى
177	٦ - الإدارة الذاتية
	الملاحق:
215	- مسرد الاختصارات الإدارية
217	- مسرد المصطلحات
255	- مراجع المترجم
257	- المؤلف فى سطور
258	- المترجم فى سطور

مقدمة المترجم

دفعنى ولائى الشديد للقوات المسلحة المصرية التى أمضيت فيها نصف عمري الأول، وتعلمت فيها الكثير من فنون الإدارة والمعرفة حتى صرت مدينا لها بكل خبراتى الحالية فى العلوم والفنون والآداب، إلى أن أصبح مفهوما لمصطلح "الشئون الإدارية" الذى كان مستخدما فيها قبل انتسابى إليها فى عام ١٩٤٩، وبعد تقاعدى منها فى عام ١٩٧٩، ولا يزال يستخدم حتى الآن بمفهومه الخاطئ. أما المصطلح الذى أدعو إلى أن يحل محله فهو "الشئون الحياتية" أو "شئون الإعاشة" أو "شئون الإمداد والتموين".

ويسمى مصطلح "الشئون الإدارية" باللغة الإنجليزية "Management Affairs"، بينما يسمى مصطلح "الشئون الحياتية" أو "شئون الإعاشة" أو "شئون الإمداد والتموين" "Logistics".

فالشئون الإدارية بمعناها العلمى الذى ورد فى معجم **مصطلحات العلوم الإدارية** إعداد الدكتور أحمد زكى بدوى، تعنى "توجيه وتسيير أعمال المشروع بقصد أهداف محددة. ويقوم شاغلو هذه الوظيفة بالتخطيط ورسم السياسات والتنظيم والتوجيه والرقابة، (ص ٢٨٠).

ويقول معجم **ويبستر** عن مصطلح **Management**: "إنه قانون أو فن أو أسلوب الإدارة أو التداول أو السيطرة أو التوجيه إلخ لمشروع ما". ويقول عن مصطلح **Administration** إنه: "إجراء الإدارة وخاصة للمصالح والمؤسسات الحكومية".

بينما قال معجم **مصطلحات العلوم الإدارية** عن هذا المصطلح ما يلى:

١- أطلق عادة فى المجال الحكومى، ويعنى تنسيق جهود الأفراد والجماعات لتحقيق الأهداف الموضوعية، وتشمل مرحلة التخطيط والتنفيذ والتوظيف والتوجيه والتنسيق والإبلاغ والتمويل والرقابة.

٢- المسئولية عن كفاءة وفعالية الأعمال والإجراءات.

٣- مجال الإدارة الذي يختص بتفسير السياسة وترجمتها إلى عمل تنفيذى فعال".
(ص ٢١)

أما مصطلح "الشئون الحياتية" أو "شئون الإعاشة" Logistics فيعنى فى **معجم ويبستر**: "الفرع من العلم العسكرى الذى يتعامل فى تدبير **procuring** وصيانة **maintaining** ونقل **transporting** المواد **materiel** والأفراد **personnel** والمعدات **facilities**". (ص ٧٩٥)

وبهذا يتضح أن القوات المسلحة المصرية تستخدم مصطلح "الشئون الإدارية" فى غير مفهومه العلمى، وينبغى أن يحل محله مصطلح "الشئون الحياتية" أو "شئون الإعاشة" أو "شئون الإمداد والتموين".

والجدير بالذكر أن القوات المسلحة السعودية وقوات الحرس الوطنى بها والقوات السورية تستخدم المصطلح المعرب: "اللوجيستيات"، وهو مصطلح لا ينبغى أن يستخدم بمنطوقه الإنجليزى، بل يجب أن يُستبدل به مصطلح "الشئون الحياتية" أو "شئون الإعاشة" أو "شئون الإمداد والتموين".

وقد سبق لى أن عرضت هذا الأمر على مدير كلية القادة والأركان المصرية، كما أبلغت أستاذى اللواء الركن نوال سعيد رئيس هيئة الإمداد والتموين فى حرب أكتوبر المجيدة، وأستاذ الأساتذة فى "شئون الإعاشة" أو "الشئون الحياتية" بضرورة تصحيح مصطلح "الشئون الإدارية" ليكون "الشئون الحياتية" أو "الإمداد والتموين" أو "شئون الإعاشة" ذلك لأن مناورات القوات المسلحة المصرية المشتركة مع القوات الأمريكية، ترتبك فيها الأمور عندما يتقدم القادة المصريون المشتركون فيها بتقاريرهم عن "الإمداد والتموين مستخدمين المصطلح الإنجليزى **Management (or Admin-istration) Affairs** عند تنظيم التعاون وتبادل المعلومات مع القوات الأجنبية التى تستخدم اللغة الإنجليزية وفيها مصطلح **Logistics**.

وما كان لى أن أخوض معركة هذا المصطلح إلا لتمكنى من المادة العسكرية التى درستها على يد أستاذى اللواء الركن نوال سعيد فى الدورة ٢٠ من كلية القادة والأركان التى تضم فى دوراتها حاليا كثيرا من الإخوة الأجانب المتحدثين باللغة الإنجليزية. فلعل استخدام المصطلح الصحيح "Logistics" أى "الشئون الحياتية" أو "شئون الإعاشة" ييسر عليهم الأمور، ويزيل عن أذهانهم الغموض والارتباك الذى يحدث من الاستخدام الخاطئ لمصطلح "الشئون الإدارية" على نحو ما سبق شرحه.

وليس مطلب التغيير والتصويب إلا ثمرة انتمائى وولائى للقوات المسلحة التى خدمتها منذ شاركت فى ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ المجيدة وحرب العدوان الثلاثى (١٩٥٦) وحرب اليمن (١٩٦٤) ونكسة ٥ يونيو ١٩٦٧ وحرب الاستنزاف (١٩٦٧-١٩٧٣) وانتصارات أكتوبر المجيدة فى ١٩٧٣ حتى بعد تقاعدى فى ١٩٧٩ وذلك بالمساهمة بالكتابة والترجمة والنشر فى الموضوعات العسكرية فى دورياتها خاصة ودوريات العالم العربى والإسلامى بصفة عامة.

وقد سبق أن نشرتُ فى **مجلة الدفاع الخليجى** دراسات عن تطبيقات علم الإدارة فى القوات المسلحة، وكيف يقوم العسكريون بتقدير الموقف واتخاذ القرار وتنظيم التعاون وإدارة المعركة وتقارير القتال التى تمثل التغذية المرتدة التى تصدر بناء عليها توجيهات تعديل المسار وتقديم الدعم واستغلال النجاح وكثير من العناصر والتحديات التى أوردها مؤلف هذا الكتاب الذى شرفُت بترجمته. فهو لا يقصد إدارة المشروعات والأعمال المدنية فحسب، بل يقصد كذلك إدارة الوحدات والتشكيلات العسكرية فى أوقات السلم وأوقات الحرب على حد سواء.

وتتلخص التحديات الستة الواردة فى هذا الكتاب فى الآتى:

*** التحدى الأول:** هو إيجاد النموذج الأكثر صلاحية للإدارة، وهو فريق العمل.

*** والتحدى الثانى:** هو استراتيجية الحقائق المؤكدة:

أ- انهيار معدل المواليد فى الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة واليابان وفرنسا وإنجلترا وألمانيا وإيطاليا والدول الإسكندنافية.

ب- المنافسة العالمية.

ج- الصراع المتنامى بين العولة والسلطات المحلية.

*** والتحدى الثالث:** هو قيادة التغيير وبناء المستقبل واستغلال النجاح والريادة فى التغيير.

*** والتحدى الرابع:** هو ثورة المعلومات فى المفاهيم والأفكار بدخول الحاسبات الإلكترونية فى جميع مجالات العلم والمعرفة، وما يتطلب ذلك من اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على حقائق مؤكدة، تكون ذات أثر بالغ على كثير من المؤسسات التجارية والتعليمية والدينية وعلى الصحف ودور النشر وغيرها، مما تحيل البيانات إلى المعلومات المطلوب توافرها.

*** والتحدى الخامس:** هو إنتاجية العامل المعرفى، وهو أعظم التحديات فى القرن الحادى والعشرين؛ فهو الذى يحافظ على بقاء الدول المتقدمة فى طليعة التنمية، كما يحافظ على مستوى معيشتها المرتفع.

*** والتحدى السادس:** هو الإدارة الذاتية أى إدارة المرء لذاته، وتحقيق مصادر قوته وإبراز قيمه ومضاعفة إسهاماته وتحقيق طموحاته فى النصف الثانى من عمره بعد التقاعد.

وبعد تقاعدى من القوات المسلحة تحققت إنجازات هائلة بفضل الله ثم بتوجيه المخلصين من أساتذتى ورؤسائى وإخوانى فى الله والعروبة. فقد حصلت على درجة الدكتوراه فى عام ١٩٩٣ حيث كنت أعمل أستاذاً مساعداً للغة الإنجليزية فى كلية الملك فهد الأمنية بالرياض. وكان ذلك أول عهدى بالإدارة الذاتية، ذلك المصطلح الذى أبدعه الفريق محمد بن عبد الله الطويان، مدير عام الكلية والمعاهد، وفحواه أن طلاب القسم الإعدادى يقومون بقيادة ذاتية تبعدهم عن تسلط طلاب القسمين المتوسط والنهائى عليهم. وتابع هذا التطبيق باهتمام بالغ صاحب السمو الملكى الأمير نايف بن عبد العزيز وزير الداخلية. ومن فرط إعجابى بالقيادة الذاتية ألّفت كتاباً أسميته

"**القيادة الذاتية**"، كما تقدم صديقي الدكتور عبد العظيم عبد السلام بدراسة عن القيادة الذاتية بالاشتراك مع الفريق الطويان ونال بها درجة الأستاذية حتى صار عميدا لكلية الحقوق جامعة المنوفية.

وقد حققتُ في النصف الثاني من حياتي بعد التقاعد الكثير من البحوث العلمية والدراسات الفنية والأدبية ومنها ترجمة جميع قصائد وسونيات ويليام شيكسبير شعرا بشعر، كما ألّفت وترجمت أكثر من ستين كتابا في شتى فروع المعرفة، حتى فُزت بجائزة عبد الله باشراحيل التي نظمتها جامعة المنيا في ٢٠٠٩، وذلك بترجمتي الشعرية لمحمّة شيكسبير "**اغتصاب لوكريس**" التي أصدرها المجلس الأعلى للثقافة - المشروع القومي للترجمة في عام ٢٠٠٤.

وهذا الكتاب الذي بين أيدينا جاء نتيجة الجهود الصادقة للمكتب الفني الذي يرأسه الأستاذ طلعت الشايب، والمصادقة الحميمية من الدكتور جابر عصفور رئيس المركز القومي للترجمة، والاتصالات الدعوية من الدكتورة شهرت محمود أمين العالم بالناشر الأجنبي للحصول على موافقته على الترجمة إلى اللغة العربية التي أسندت إلىّ للقيام بها.

والملاحظُ في أسلوب النص الأجنبي كثرة الجمل الاعتراضية وخلو النص من المراجع، الأمر الذي يجعل العالم بيتر دروكر مؤلفه يلجأ إلى أسلوب السرد بتيار الوعي **Stream of Consciousness** الذائع الصيت عند كثير من كتّاب الروايات. وقد حرصت أثناء الترجمة على أن أجنب القارئ الدخول المتكرر في الجمل الاعتراضية مع الحفاظ على الأمانة في الترجمة. وحرصت كذلك على أن أزود الترجمة بمسرد للاختصارات ومسرد للمصطلحات الواردة في النص الأصلي بما يفيد الباحثين والدارسين في موضوع الإدارة؛ وذلك جريا على ما اتبعتُ في كثير من كتبي المترجمة ومنها "**الكوارث الطبيعية** بجزئيه الأول والثاني".

تقدمت للمركز القومي للترجمة بطلب ترجمة هذا الكتاب مستخرجا من طبعة ١٩٩٩ التي صدرت عن **Collins Business**. وبعد أن وافق الناشر الأجنبي على الترجمة قمت بالترجمة بناء على تكليف من المركز.

وإني إذ أتوجه بالشكر والعرفان لكل مَنْ ذكرتُ ممن ساهموا في إخراج هذا الكتاب وَمَنْ لم أذكر، لأسأل الله أن يكون عِلْماً نافعا في مجالات الإدارة في المؤسسات الخاصة والعامة والوحدات والتشكيلات العسكرية والأمنية. والله المستعان. "إن أريد إلا الإصلاح ما استطعت وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب" (هود/ ٨٨)

توفيق على منصور

شبين الكوم في ٢٤ أكتوبر ٢٠٠٩

شكروعرفان

نبيع هذا الكتاب من اقتراح الناشر الأمريكي للكثير من كتبى وهو كاس كانفيلد الأصغر من هاربر كوللينز. وهو كتاب مختلف تماما عما تصورناه أنا والسيد كانفيلد؛ إذ فكرنا فى إصدار مجلد واحد يلخص أفضل ما صدر لى فى علم الإدارة منذ أكثر من خمسين عاما، ليكون "استرجاعا لمؤلفات دروكر". ولكننى ما إن بدأت فى العمل فى الكتاب حتى اقترح السيد كانفيلد، واتضح لنا نحن الإثنين، أن الكتاب المناسب ليس كتابا ينظر إلى الوراء، بل كتاب ينظر إلى الأمام. ونتيجة لهذا لا يحتوى هذا الكتاب على مستخرجات من كتبى السابقة عن الإدارة. فهو ملحق لها ينظر إلى الأمام. وطوال الوقت الذى استغرقت فى كتابة هذا الكتاب كنت أستفيد كما استفدت فى السنوات الماضية من نصائح ومقترحات ونقد السيد كانفيلد، حتى تحسن إصدار هذا الكتاب.

ولكن هذا الكتاب يمجّد ستين عاما من المشاركة الوثيقة بالناشر فى المملكة المتحدة باترويرث - هاينمان. ومنذ أن نشر ويليام هاينمان أول كتاب لى وهو **نهاية الرجل الاقتصادى** (١٩٣٩)، لم يكن لى ناشر آخر لا فى المملكة المتحدة ولا فى دول الكومنويلث (رابطة الشعوب البريطانية). وهى مشاركة اقتفيت أثرها تماما. ويسعدنى كثيرا أن يظهر هذا الكتاب مرة أخرى من مطابع هاينمان.

ويرى القراء فى الفصل الثالث أنى أبشر **بريادة الجديد**، بمعنى اختباره على مستوى صغير، وأنى أطبق ما أبشر به. فأصدرت كتابا جديدا على هيئة نموذج أصلى تجريبى، بقصد التوزيع المبكر للمسودات والنسخ لعدد قليل من أصدقائى ومعظمهم عملاء منذ وقت طويل، حتى أحصل منهم على ردود أفعال صادقة. وبناء على ذلك غيرت مرة بعد أخرى وأعدت كتابة بعض الأقسام وأوضحت كثيرا من القضايا، نتيجة لأرائهم وانتقاداتهم. ولكن أفضل نموذج أصلى تجريبى **Pilot** لكتاباتى وجدته فى نشر أقسام من الكتاب قبل طباعته فى الدوريات. وتمخض هذا

العمل عن شيئين: جاعتي ردود أفعال من القراء، فأخبروني بما يحتاج إلى تغيير وما يحتاج إلى شرح وتوضيح. لهذا فإنني مدين كثيرا للقراء وخاصة الأجانب منهم الذين كتبوا ونقدوا هذه الأقسام قبل طباعتها، وأخص منهم المعارضين لأفكارى. فشكرى الجزيل لهم جميعا. ولكن فوق كل هذا، فإن النشر المسبق فى الدوريات أكسبني قدرا لا يمكن تقييمه فى التحرير. فإنى لا أستطيع أن أوفى المحررين ورؤساء تحرير هذه المجالات حقهم العادل لقاء تساؤلاتهم وتوجيهاتهم واختصاصاتهم وإعادة صياغاتهم وتنسيقهم. وأخص منهم چيم مايكلز وريتش كارجارد من مجلة **فوربيس** (الذين نشرا أقساما من الفصل الأول والقسم الأول من الفصل الرابع)، وجوندرز سترادز فى مجلة **الإدارة بكاليفورنيا** (التي نشرت موجزا من الفصل الخامس)، ونان ستون، من مجلة **هارفارد بيزنيس** (التي نشرت أقساما من الفصل الرابع والفصل السادس). فقد ساهموا جميعا فى جعل الكتاب يصدر بصورة أفضل.

مقدمة المؤلف

قضايا الغد الساخنة

بيترف.دروكر

ربما يسأل القراء، أين توجد مناقشة الاستراتيجية التنافسية، وفن القيادة، والإبداع، وفريق العمل، والتقنية في كتاب عن تحديات الإدارة؟ وأين توجد قضايا اليوم الساخنة؟ ولعل هذا هو السبب الأكيد الذي جعل هذا الكتاب يخلو منها. فهو يتناول قضايا الغد الساخنة على وجه الحصر والقصر، تلك القضايا الحرجة، المركزية، المتعلقة بالحياة والموت، وهى القضايا التى نؤكد أنها هى التحديات الكبرى فى الغد.

وهل هذا أمر مؤكد؟ نعم. لأن هذا الكتاب ليس كتابا للتوقعات، ولا يدور حول المستقبل. فالتحديات والقضايا التى يناقشها قائمة معنا فعلا فى كل دولة من الدول المتقدمة، وفى معظم الدول الناهضة (مثل كوريا وتركيا). ويمكن تحديدها ومناقشتها وتحليلها وتوصيف الحلول لها. ولكن قليلا جدا من المنظمات من يستطيع القيام بذلك، وكذلك قليل جدا من المديرين التنفيذيين. وكل من استطاع التعامل مع هذه التحديات اليوم، وأعد نفسه ومؤسسته لهذه التحديات الجديدة، سوف يكون قائدا يستطيع التحكم فى المستقبل. أما أولئك الذين ينتظرون حتى تصير هذه التحديات قضايا ساخنة، فمن المرجح أن يسقطوا خلفها، وربما لا يستطيعون النهوض من كبوتهم.

ولهذا، فإن هذا الكتاب نداء للعمل.

وهذه التحديات ليست نابعة من يومنا هذا ولكنها مختلفة. فأحيانا تكون عنيدة ومتعارضة مع ما هو قائم ومقبول اليوم. ونحن نعيش فى فترة من الانتقال العميق، والتحديات أكثر تطرفا من تلك التى بشرت بظهور "الثورة الصناعية الثانية" فى منتصف القرن التاسع عشر، أو التغيرات البنيوية التى أحدثها الكساد الاقتصادى الكبير والحرب العالمية الثانية. وسوف تؤدى قراءة هذا الكتاب إلى إصابة الكثيرين

بالانزعاج مثلما أصابتني كتابته. ففي كثير من الحالات مثل التحديات الكامنة في اضمحلال معدل المواليد في الدول المتقدمة، أو في التحديات التي تواجه الفرد ومنظمات العمالة التي ناقشها الفصل الأخير من هذا الكتاب عن الإدارة الذاتية، فإن الحقائق الجديدة ومتطلباتها تحتاج إلى نقيض السياسات التي طبقت بنجاح في القرن الماضي، وحتى إلى تغيير في الفكر السائد، في المنظمات والأفراد.

فهذا هو كتاب في علم الإدارة. وقد أسقط من اعتباره تحديات الأعمال التجارية عن قصد، حتى التحديات البالغة الأهمية مثل السؤال حول: هل يحل اليورو محل الدولار الأمريكي بصفته عملة رئيسة في العالم، أو ما الذي يعقب أعظم ابتكارات القرن التاسع عشر الاقتصادية الناجحة وهما البنك التجاري والبنك الاستثماري؟ وهو عن قصد لا يهتم بعلم الاقتصاد، حتى ولو تغيرت قواعد علم الإدارة (مثل ظهور المعلومات كمصدر رئيسي للاقتصاد) وبرزت بتطرف النظرية الاقتصادية الجديدة، وما يعادلها من سياسة اقتصادية متطرفة. والكتاب لا يهتم بالسياسة، ولا حتى بالأسئلة الحرجة مثل: هل تستطيع روسيا أن تنهض كقوة سياسية وعسكرية واقتصادية؛ بل يلتزم هذا الكتاب بقضايا الإدارة.

وهناك مبررات وجيهة لهذا الالتزام. فالقضايا التي يناقشها هذا الكتاب، وهي الحقائق الاجتماعية الجديدة والاقتصادية والديموغرافية الخاصة بالإحصاء السكاني، ليست قضايا تستطيع الحكومة أن تعالجها بنجاح. وهي قضايا ذات أثر عميق في السياسة، رغم أنها ليست قضايا سياسية. وليست هي كذلك قضايا عن النظرية الاقتصادية، ولا حتى النظرية السياسية الاقتصادية؛ ولكنها قضايا تختص فقط بالإدارة والفرد العامل في مجال المعرفة (العامل المعرفي)، ويستطيع الفرد المهني والتنفيذي التعامل معها وحلها. ومن المؤكد أنها قضايا تُطرح للمناقشة في السياسات الوطنية في كل الدول المتقدمة والدول الناهضة. ولكن قراراتها يجب أن تتخذ سبيلها داخل المنظمات الفردية، وأن تحل بمعرفة إدارة المنظمات الفردية، وبكل عامل معرفي مفرد (وخاصة بمعرفة كل مدير تنفيذي مفرد) داخل المنظمة.

وبطبيعة الحال، سوف تكون الكثرة الغالبة من هذه المنظمات، أعمال غير تجارية. وسوف يكون معظم الأفراد العاملين في مجال المعرفة من الذين تأثروا بهذه التحديات من موظفي الأعمال التجارية أو العاملين مع الأعمال التجارية. ولهذا فهذا الكتاب كتاب إدارة أكثر منه كتاب إدارة الأعمال التجارية. والتحديات التي يعرضها تؤثر على جميع منظمات المجتمع الحالى. والحقيقة أن بعضا منها سوف يؤثر أكثر على الأعمال غير التجارية، لأن عددا كبيرا من المنظمات غير التجارية مثل الجامعات والمستشفيات، ناهيك بالمصالح الحكومية، أكثر جمودا وأقل مرونة من الأعمال التجارية، وتتجذر فيها المفاهيم والمظاهر القديمة (مثل مفاهيم القرن التاسع عشر).

كيف تتعامل مع هذا الكتاب؟ أقترح أن تقرأ الفصل كاملا، وهى فصول طويلة، ثم تسأل أولا: "ماذا تعنى هذه القضايا وتلك التحديات بالنسبة للمنظمة التى أعمل فيها أو بالنسبة لى إذا كنت عاملا معرفيا أو مهنيا محترفا أو مديرا تنفيذيا؟" فإذا ما أدركت ذلك سل نفسك: "ما هو العمل الذى يتعين على وعلى منظمتى، وعلى العامل المعرفى المفرد و/أو على المدير التنفيذى أن نعمل لجعل هذه التحديات المذكورة فى هذا الفصل فرصا بديلة لى ولمنظمتى التى أعمل بها؟".

ثم قم بالتنفيذ.

بيتر ف. دروكر

كلير مونت، كاليفورنيا

أول أيام السنة الجديدة ١٩٩٩

الفصل الأول

نماذج جديدة للإدارة

لماذا تهمننا الافتراضات. الإدارة هي إدارة الأعمال التجارية. التنظيم الصحيح الوحيد. الطريقة الصحيحة الوحيدة لإدارة الموارد البشرية. التقنيات والمستخدمون النهائيون ثابتة ومفترضة. مجال الإدارة يعرف قانونياً. مجال الإدارة يعرف سياسياً. الداخل هو ميدان الإدارة.

مقدمة

لماذا تهمننا الافتراضات؟

الافتراضات الأساسية للحقيقة هي نماذج للعلم الاجتماعي مثل الإدارة. وعادة يلجأ إليها الباحثون والكتاب والمدرسون والتطبيقيون في الميدان بدون وعي. وكثيراً ما تقرر هذه الافتراضات ما يفترض النظام – الباحثون والكتاب والمدرسون والتطبيقيون – أن تكون الحقيقة.

وتقرر الافتراضات الأساسية للنظام الحقيقة التي يتم التركيز عليها: إذ تقرر ما يعتبره النظام حقائق، وتناقش وتبحث ما يدور حوله النظام ذاته. وتقرر الافتراضات كذلك باتساع ما يمكن تجاهله في النظام، وما يمكن أن يزيحه جانبا باعتباره "استثناءً مزعجاً". فهي تقرر في نظام ما، ما ينبغى الاهتمام به وما يجب إهماله أو تجاهله.

ومن الأمثلة البارزة ما حدث لأشد الناس تبصراً من أوائل علماء الإدارة: ميرى باركر فولليت (١٨٦٨-١٩٣٣) (*). نظرا إلى أن افتراضاتها لم تكن

(*) انظر مقدمتي لكتاب **ميرى باركر فولليت، نبذة الإدارة**، (بوستون: مطبعة مدرسة إدارة الأعمال بهارفارد، ١٩٩٥).

تتوخى الحقائق التى افترضها علم الإدارة الناشئ فى الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين، فقد تجاهلتها الحكومة رسمياً حتى قبل وفاتها فى عام ١٩٣٢، ونسيت فى الواقع عملها لمدة ٢٥ عاماً أو أكثر. إلا أننا نعرف الآن أن نظرياتها الأساسية الخاصة بالمجتمع والناس والإدارة كانت أقرب إلى الحقيقة من تلك النظريات التى استند إليها علماء الإدارة - وما زالوا حتى الآن يستندون إليها.

ولكن على الرغم من أهمية هذه النظريات، نادراً ما تم تحليلها ودراستها وتحديثها - ونادراً ما سلّطت عليها الأضواء بحق.

وفى مجال الإدارة بصفتها إحدى علوم الاجتماع، تعتبر النظريات بالفعل أهم كثيراً من النماذج بصفتها علماً طبيعياً. فالنظرية العامة الشائعة عن النماذج ليس لها تأثير فى الكون الطبيعى. وسواء أقر النموذج أن الشمس تدور حول الأرض، أم على العكس، تدور الأرض حول الشمس، فليست هناك آثار على الشمس أو الأرض. فعلم الطبيعة يتناول سلوك الأشياء. ولكن النظام الاجتماعى مثل الإدارة يتناول سلوك الناس والمؤسسات البشرية. فالتطبيقيون يميلون إلى العمل والسلوك بما تمليه عليهم نظريات النظام. وأهم من ذلك أن حقيقة العلم الطبيعى، وطبيعة الكون وقوانينه لا تتغير (وإذا حدث ذلك ففى دهور لا نهائية بدلاً من تغييرها عبر القرون أو العقود الزمنية). فعالم الاجتماع ليست تحكمه قوانين طبيعية من هذا النوع؛ ولكنه خاضع للتغيير المستمر. وهذا يعنى أن النظريات التى كانت صالحة للاستخدام بالأمس يمكن أن تصبح غير صالحة حقاً أو تكون مضللة فى لمح البصر.

وفى هذه الأيام يبشر كل امرئ بأن فريق العمل هو التنظيم الصحيح لكل الأعمال. وقد بشرت بنفسى بفرق العمل منذ عام ١٩٥٤ وخاصة فى كتابى **"الإدارة: المهام والمسئوليات والتطبيقات"** الصادر فى عام ١٩٧٣). أدعم فيه الرأى السديد الحالى الذى ينظر إلى فرق العمل على أنها نظرية أساسية تم تطبيقها بمعرفة جميع منظري علم الإدارة ومعظم الممارسين التطبيقيين منذ

الأيام الأولى للتفكير فى التنظيم، أى منذ عام ١٩٠٠، حين طبقها هنرى فايول فى فرنسا ووالتر راثنياو فى ألمانيا، حيث كان هناك أو على الأقل كان ينبغى أن يكون هناك تنظيم صحيح واحد. وما يهمنى أكثر هو أن فريق العمل ليس هو الجواب (فليس ثمة دليل على ذلك حتى الآن)، بل هو المبدأ الأساسى للتنظيم الصحيح الوحيد الذى لم يعد الدفاع عنه ممكناً: الأمر الذى سنناقشه بعد قليل.

وما يهمنى أكثر فى النظام الاجتماعى مثل الإدارة، هو النظريات الأساسية. ويقع التغيير فى النظريات الأساسية فى موقع الصدارة.

ومنذ أن بدأت الدراسة فى علم الإدارة، وهى التى لم تكن ظهرت حتى الثلاثينيات من القرن العشرين، درس معظم الباحثين والكتاب والتطبيقيين مجموعتين من النظريات تتعلقان بالحقائق المؤكدة فى علم الإدارة.

وتشكل إحدى هاتين المجموعتين من النظريات الأساس فى نظام الإدارة وتشمل:

- ١- الإدارة هى إدارة الأعمال التجارية.
 - ٢- يوجد أو يجب أن يوجد بناء تنظيمى صحيح واحد.
 - ٣- يوجد أو يجب أن يوجد نظام صحيح وحيد لإدارة القوى البشرية.
- وتشكل المجموعة الثانية من النظريات الأساس فى تطبيق الإدارة كما يلى:
- ١- إن التقنيات والأسواق والمستخدمين النهائيين مفترضون.
 - ٢- إن مجال الإدارة محدد قانونياً.
 - ٣- إن الإدارة تتركز على الداخل.
 - ٤- إن الاقتصاد الذى تعرفه الحدود الوطنية ما هو إلا دراسة للعلاقة بين الكائنات الحية وبيئتها تتعلق بالمشروع والإدارة.

وطوال هذه الفترة أو على الأقل حتى بداية الثمانينيات من القرن العشرين، كانت جميع النظريات باستثناء النظرية الأولى من هذه المجموعة قريبة من الحقيقة للدرجة التي تجعلها فاعلة في مجالات البحث أو الكتابة أو التدريس أو الإدارة التطبيقية. وتتجاوز جميعها حتى الآن عمر الانتفاع. وهي أقرب شيء لأن تصبح تشويها مبالغا فيه. فهي الآن بعيدة عن الحقيقة الفعلية، بما يجعلها عوائق للنظرية وعقبة خطيرة لتطبيق الإدارة. فالحقيقة إلى درجة كبيرة تسارعت في أن تصبح العكس التام لما تنادى به هذه النظريات. وحان الوقت للتفكير في هذه الأفكار، لمحاولة صياغة النظريات الجديدة التي ينبغي عليها أن تبلغ كلا من الدراسة والتطبيق للإدارة.

أولاً: الإدارة هي إدارة الأعمال التجارية

هذه النظرية يتخذ منها معظم الناس داخل أو خارج علم الإدارة برهاناً ذاتياً. والحق يقال إن الكتاب والتطبيقات لعلم الإدارة وعامة الناس لم يسمعوا حتى كلمة "الإدارة"؛ ولكنهم يسمعون تلقائياً "إدارة الأعمال التجارية" Business Management. وهذه النظرية المتعلقة بعالم الإدارة ذات أصل حديث نسبياً. وقبل الثلاثينيات من القرن العشرين نادى قليل من الكتاب والمفكرين المهتمين بعلم الإدارة، بدءاً بفريدريك وينسلو تايلور في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وانتهاءً بتشيستر بيرنارد قبل الحرب العالمية الثانية بقليل، بأن إدارة الأعمال التجارية ما هي إلا نوع فرعي من الإدارة العامة، وهي أساساً لم تُعد تختلف عن الإدارة في أية منظمة أخرى أكثر من اختلاف سلالة من الكلاب عن سلالة أخرى من الكلاب.

ولم ينفذ التطبيق العملي الأول لنظرية الإدارة في العمل التجاري، بل طبق في مصالح حكومية ومؤسسات غير هادفة للربح. وكان فريدريك وينسلو تايلور (١٨٥٦-١٩١٥) أول مبدع لمصطلح "الإدارة العلمية"، ومن المرجح أن يكون كذلك مبدعاً للمصطلحات "علم الإدارة" و"المستشار" في معانيها الحالية. ووصف نفسه في البطاقات المطبوعة بأنه "مستشار الإدارة"؛ وأوضح أنه

اختار عن قصد هذه المصطلحات الجديدة والغريبة ليُبْلَغ العملاء المرتقبين بأنه يقدم شيئاً جديداً تماماً. ولكن تايلور لم يذكر إدارة الأعمال التجارية بل مؤسسة مايو كلينيك غير الهادفة للربح، بصفتها "المثال الصحيح" للإدارة العلمية، كدليل قدمه في عام ١٩١٢ للكونجرس الذي أثار لأول مرة الوعي الإداري في الولايات المتحدة. وأعظم تطبيق شعبي لمصطلح تايلور "الإدارة العلمية" (الذي أجهضته ضغوط الاتحاد) لم يكن في الأعمال التجارية بل كان في مؤسسة ترسانة ووترتاون للجيش في الولايات المتحدة، وهي التي تملكها وتديرها الحكومة. وأول وظيفة يطبّق فيها مصطلح "المدير" بمعناه الحالي لم يكن في العمل التجاري؛ إذ كان مدير المدينة، إبداعاً أمريكياً جاء في السنوات الأولى من القرن العشرين. وأول تطبيق منهجي واسع لمصطلح "مبادئ الإدارة" لم يكن مثل سابقه في العمل التجاري. بل ورد عند إعادة تنظيم الجيش في الولايات المتحدة في عام ١٩٠١ بمعرفة إيليهو روت (١٨٤٥-١٩٣٧) وزير الحرب في إدارة الرئيس تيودور روزفيلت.

وأول مؤتمر للإدارة اجتمع في مدينة براج في عام ١٩٢٢، لم ينظمه رجال الأعمال التجارية، بل نظمه هيربيرت هوفر وزير التجارة في الولايات المتحدة حينئذ وتوماس مازاريك المؤرخ العالمى المعروف والرئيس المؤسس لجمهورية تشيكوسلوفاكيا. ولم تفرّق ميرى پاركر فوليت التي بدأ عملها في الإدارة في ذات الوقت تقريبا بين إدارة الأعمال التجارية والأعمال غير التجارية. وتحدثت عن إدارة المنظمات حيث طبقت جميع المبادئ بذاتها.

والذى دعى إلى مطابقة الإدارة بإدارة الأعمال التجارية هو الكساد الاقتصادى العظيم بعدائه للأعمال التجارية واحتقاره للمديرين التنفيذيين للأعمال التجارية. ولكى لا تتأثر إدارة القطاع العام بفرشاة العمل التجارى، أُطْلِقَ عليها مصطلح "الإدارة العامة"، وأعلنت عن نظام منفصل بأقسام الجامعة وبمصطلحاتها الخاصة بها، وبسَلَمها الهرمى للوظائف. وفى الوقت ذاته ولنفس السبب بدأت دراسة الإدارة فى المستشفى السريع النمو (الذى أسسه ريموند سلوان، الأخ الأصغر لألفريد سلوان

مؤسس شركة جنرال موتورز) وانفصلت بصفقتها نظاما منفصلا، وأُطلقَ عليها مصطلح "إدارة المستشفى".

وتسميتها بهذا الاسم، كانت صحيحة من الناحية السياسية فى سنوات الكساد الاقتصادى. وفى فترة ما بعد الحرب تحولَ النمط، وصارت كلمة العمل التجارى قبل عام ١٩٥٠ "كلمة طيبة"؛ نظرا للنتائج التى حققتها أثناء الحرب العالمية الثانية "إدارة الأعمال التجارية الأمريكية". وسرعان ما صار مصطلح "إدارة الأعمال التجارية" صحيحا سياسيا بصفته مجالا للدراسة فوق كل اعتبار. ومنذ ذلك الوقت، ظلت الإدارة عالقة فى أذهان الجماهير وفى الأوساط الأكاديمية محددة بأنها "إدارة الأعمال التجارية".

ونبدأ الآن فى تصويب الخطأ الذى ظل قائما على مدار ستين عاما، والذى شهد إعادة تسمية كثير من المدارس المسماة "مدارس الأعمال التجارية" بمدارس "الإدارة" التى تنامت عروضها سريعا لتكون "الإدارة التى لا تستهدف الربح"؛ وظهور "مناهج الإدارة التنفيذية" التى توظف كلا من المديرين التنفيذيين فى الأعمال التجارية وفى غيرها؛ وظهور أقسام "الإدارة الكنسية" فى المدارس اللاهوتية.

ولكن النظرية القائلة إن الإدارة هى إدارة الأعمال التجارية ما زالت قائمة. ولهذا فمن المهم أن نؤكد بصوت مرتفع أن الإدارة ليست فحسب إدارة الأعمال التجارية؛ فلا يعنى الطب علم التوليد فقط.

فهناك بطبيعة الحال اختلافات فى الإدارة بين مختلف المنظمات؛ فالمهمة تحدد الخطة الاستراتيجية، والخطة الاستراتيجية تحدد البناء. ومن المؤكد أن هناك اختلافات بين إدارة سلسلة محلات التجارة بالتجزئة وإدارة كنيسة كاثوليكية (رغم أن ما يثير الدهشة هو اعتقاد بعض مديري محلات التجارة بالتجزئة وبعض الأساقفة بعدم وجود اختلاف بينهما)، وكذلك اختلافات بين إدارة القاعدة الجوية وإدارة المستشفى أو شركة برامج الحاسبات الإلكترونية. ولكن الاختلافات الكبرى توجد فى

المصطلحات التي تستخدمها المنظمات الفردية. وبخلاف ذلك توجد الاختلافات أساسا في التطبيق أكثر من المبادئ.

ولا توجد حتى اختلافات هائلة في المهام والتحديات. فالمديرون التنفيذيون في كل هذه المنظمات على سبيل المثال يقضون أوقاتا متساوية في حل مشكلات الناس التي تكون في معظم الأحيان متماثلة. فحوالي ٩٠٪ من كل من هذه المنظمات تهتم بما هو شامل. أما نسبة ١٠٪ المتبقية فليست الاختلافات فيها بين الأعمال التجارية والأعمال غير التجارية أكثر مما تكون بين الأعمال التجارية في الصناعات المختلفة، مثل الاختلافات بين البنك المتعدد الأوطان وصانعي لعب الأطفال. فنسبة ١٠٪ الأخيرة من الإدارة في كل منظمة سواء أكانت قائمة بالأعمال التجارية أو غير قائمة بها ينبغي أن تتمشي مع المهام والثقافة والتاريخ والمفردات المحددة لها.

فمفهوم الإدارة المختلف عن إدارة الأعمال التجارية، مهم بالذات نظرا إلى أن قطاع النمو في المجتمع المتقدم في القرن الحادي والعشرين لا يحتمل كثيرا أن يكون أعمالا تجارية؛ فالعمل التجاري بحق لم يكن حتى قطاع نمو في المجتمع المتقدم في القرن العشرين. فجزء ضئيل جدا من القوى العاملة في كل دولة متقدمة اليوم مشغول بنشاطات اقتصادية أي بالأعمال التجارية أكثر من انشغاله بها منذ قرن مضى. وحينئذ، انشغل كل فرد تقريبا من القوى العاملة بتدبير معيشته على النشاطات الاقتصادية مثل الزراعة. وكان قطاع النمو في الدول المتقدمة في القرن العشرين قاصرا على الأعمال غير التجارية، في الحكومة وفي المهن الفنية وفي الرعاية الصحية وفي التعليم. وظلت الأعمال التجارية بصفتها صاحبة العمل ومديرة لسبل المعيشة تنقلص بانتظام منذ مائة عام (وبالتحديد منذ الحرب العالمية الأولى). وبهذا يمكن القول إن قطاع النمو في القرن الحادي والعشرين في الدول المتقدمة لن يكون في الأعمال التجارية، بل في النشاط الاقتصادي المنظم. ومن المحتمل أن يكون في القطاع الاجتماعي غير الهادف للربح. وهذا هو القطاع الذي تحتاج إليه الإدارة أشد الاحتياج كذلك، حيث تنتج الإدارة المنهجية المبنية على المبادئ والمستندة إلى النظريات أكبر عائد في أسرع وقت.

وأول خلاصة من تحليل هذه الافتراضات التى تشكل الأساس فى الإدارة الساعية إلى الإنتاج بالدراسة والتطبيق هى: "الإدارة هى العنصر المحدد والمميز لجميع المنظمات".

ثانياً: التنظيم الصحيح الوحيد

بدأ الاهتمام بعلم الإدارة ودراسته بالظهور المفاجئ للمنظمات الكبرى - الأعمال التجارية والخدمة المدنية الحكومية والجيش العامل الكبير - التى دخلت بدعاً فى مجتمع أواخر القرن التاسع عشر.

ومنذ البداية، أى أكثر من قرن مضى، استندت دراسة التنظيم إلى مبدأ واحد هو: "هناك، أو ينبغى أن يكون هناك، تنظيم واحد صحيح".

وما طُرح للبحث عن "نظام واحد صحيح" تغير أكثر من مرة. ولكن البحث عن نظام صحيح استمر حتى يومنا هذا.

طُبّق بناء المنظمة فى العمل التجارى لأول مرة فى فرنسا فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين بمعرفة هنرى فايول (١٨٤١-١٩٢٥)، رئيس واحدة من أكبر المؤسسات الأوروبية غير المنظمة تماماً، هى شركة مناجم الفحم. (ولم يكن نشر كتابه حتى عام ١٩١٦). وكان أصحاب المهن التطبيقية كذلك أول المهتمين بالتنظيم فى الولايات المتحدة فى ذات الوقت تقريباً؛ جون ج. روكفلر الأكبر وج.ب. مرجان، وخاصة أندرو كارنيجى (الذى يستحق أن تفرد له دراسة خاصة، فهو ذو أثر أكثر دواماً). وطُبّق بعدهم بقليل إيليهو روت نظرية التنظيم فى جيش الولايات المتحدة، كما سبق ذكره، ولم تكن محض مصادفة أن يكون روت هو المستشار القانونى لكارنيجى. وفى الوقت ذاته استخدم جورج سيمنز (١٨٣٩-١٩٠١) الذى أسس البنك الألمانى فى ١٨٧٠ مفاهيم المنظمة (حوالى عام ١٨٩٥) التى أبدعها صديقه فايول لإنقاذ شركة سيمنز للأجهزة الكهربائية التى أنشأها ابن عمه فيرنر سيمنز (١٨١٦-١٨٩٢) من الانهيار السريع بعد وفاته وتركها بدون قيادة.

ولكن الحاجة إلى البناء التنظيمي لم تكن واضحة لأي شخص في هذه الأيام الباكورة.

فلم يرها على الإطلاق فريدريك وينسلو تايلور، الذي كتب حتى وفاته وتحدث عن "الملأك ومساعدتهم". وبناء على فكرة عدم وجود البناء هذه حاول هنري فورد (١٨٦٣-١٩٤٧) أن يدير لعدة سنوات حتى أواخر العشرينيات من القرن العشرين أكبر شركة صناعية في العالم.

وأوضحت الحرب العالمية الأولى الحاجة إلى بناء تنظيمي رسمي. ولكن الحرب العالمية الأولى كذلك هي التي بينت أن بناء فايول (وكارنيجي) الوظيفي ليس هو التنظيم الصحيح الوحيد. وبعد الحرب العالمية الأولى مباشرة أدخل بيير س. دي بونت (١٨٧٠-١٩٥٤)، ثم تبعه ألفريد سلوان (١٨٧٥-١٩٦٦) اللامركزية. ونحن الآن وفي السنوات القليلة الماضية نعلن باهتمام شديد أن "فريق العمل" هو التنظيم الصحيح الوحيد المناسب لكل شيء تقريبا.

وقبل ذلك لم يكن واضحا أن هناك شيئا يماثل التنظيم الصحيح الوحيد؛ بل كانت هناك منظمات فقط تتميز كل منها بقدرات وقيود وتطبيقات معينة. وصار واضحا أن التنظيم ليس مطلقا؛ بل هو وسيلة لجعل الناس منتجين بالعمل سويا. وبهذا يناسب بناء تنظيمي معين واجبات معينة في ظروف معينة وفي وقت معين.

ونسلم كثيرا في هذه الأيام عن "نهاية التدرج الوظيفي الهرمي". وهذا هراء صارخ. ففي أية مؤسسة يجب أن تتواجد سلطة نهائية هي "الرئيس"، وهو الشخص المناط به اتخاذ القرارات النهائية، وهو الذي يتوقع أن ينفذها الجميع. ففي مواقف الخطر العامة التي يحتمل أن تواجهها المؤسسة إن عاجلا أو آجلا يتوقف الإنقاذ على الأمر الواضح. فإذا تعرضت سفينة للغرق لا يدعو الربان إلى عقد مؤتمر، بل يصدر أمره على الفور. فإذا أراد كل فرد إنقاذ السفينة فلا بد أن يطيع أوامر الربان، فيعرف تماما أين يذهب وكيف يتصرف بدون ارتباك أو مناقشة. "فالتدرج الوظيفي الهرمي" وقبولها بدون جدال من قبل جميع الأفراد في المنظمة هو الأمل الوحيد في حالات الأزمات.

وفى مواقف أخرى فى المؤسسة ذاتها يحتاج الأمر إلى التروى فى التفكير والمشورة. وفى مواقف غيرها لا تزال الحاجة ماسة إلى روح الفريق وهكذا.

وتؤكد نظرية التنظيم أن المواقف متشابهة، وبناء على ذلك فجميع المشروعات يجب أن تنظم بذات الطريقة.

ويفترض فايول "مشروعا صناعيا نمطيا". وفرض ألفريد سلوان فى العقد العشرين من القرن العشرين اللامركزية فى جميع أقسام شركة جنرال موتورز بنفس الطريقة. وبعد ثلاثين عاما عند إعادة التنظيم الشامل فى شركة جنرال إلكتريك الأمريكية فى العقد الخامس من القرن العشرين، ظل تنظيم وحدات صغيرة تضم بضع عشرات من الباحثين المنهمكين بمفردهم فى تطوير العمل فى مطالب القوات الجوية فى الولايات المتحدة بعيدين عن الأقسام الضخمة التى يعمل بها عدة آلاف من العاملين الذين يصنعون أحد المنتجات النمطية مثل محمصة الخبز الكهربائية، ظل هذا التنظيم يعتبر بدعة وهرطقة. فمجموعة التطوير الصغيرة كان يحمل مسئولياتها مدير صناعى، ومدير للأفراد ومدير للمالية ومدير للعلاقات العامة.

ولكن فى أى مشروع فردى، مثل شركة فايول للصناعات النمطية، هناك حاجة لعدد من الهياكل التنظيمية المختلفة تتعايش جنبا إلى جنب مع بعضها البعض.

فإدارة عرض للعملاء الأجنبية مهمة متزايدة فى الحرج وفى الصعوبة فى الاقتصاد العالمى؛ إذ تتطلب مركزية تامة. ولا يُسمح لوحدة واحدة من المشروع أن تتولى طرح عملتها الأجنبية. ولكن يتطلب الأمر فى المشروع ذاته خدمة العملاء وخاصة فى المناطق العالية التقنية باستقلال ذاتى محلى تام يتجاوز اللامركزية التقليدية. فكل فرد من العاملين فى خدمة العملاء يجب أن يكون هو "الرئيس"، بينما يتلقى بقية العاملين فى المنظمة منه التوجيهات.

وهناك أشكال معينة من البحث تتطلب تنظيما وظيفيا حاسما "يعزف فيه كل متخصص على آله" بنفسه. وهناك أنواع أخرى من البحث وخاصة فى البحث الذى

يتعلق باتخاذ القرار فى المراحل المبكرة (مثل البحوث الصيدلانية)، تتطلب روح العمل فى الفريق منذ البداية. وكلا النوعين من البحوث غالبا ما يعمل جنبا إلى جنب فى بعض منظمات البحوث.

والاعتقاد فى ضرورة وجود تنظيم صحيح واحد له صلة وثيقة بالفكرة الخاطئة التى تقول إن الإدارة هى إدارة الأعمال التجارية. فإذا لم يضع طلاب الإدارة الأوائل غمامة هذه الفكرة الخاطئة على أعينهم، ونظروا إلى الأعمال غير التجارية لتبينوا على الفور الفروق الشاسعة فى البناء التنظيمى المناسب لطبيعة المهمة.

فالكنيسة الكاثوليكية تختلف فى التنظيم عن الأوبرا، والجيش الحديث يختلف فى التنظيم عن المستشفى. ولكن تلك المؤسسات كذلك لها أكثر من بناء تنظيمى واحد. ففي الأبرشية الكاثوليكية مثلا، يكون الأسقف ذا سلطة مطلقة فى بعض الشئون. ويكون ملكا دستوريا فى شئون أخرى محددة تماما، مثل حقه فى تنظيم رجال الدين فى أبرشيته، بينما يكون عاجزا تماما فى شئون بذاتها؛ فلا يستطيع مثلا أن يزور كنيسة فى نطاق أبرشيته ما لم يدعُ راهب هذه الكنيسة. ويعين الأسقف أعضاء مجلس الأبرشية، رغم أن العادة جرت على تأهيل رجال الدين لشغل هذه الوظيفة. فإذا تعين راهب فى هذا المجلس كانت له سلطات قضائية فى كثير من الأمور.

وهناك بحق مبادئ للتنظيم.

ومن هذه المبادئ أن تكون المنظمة ذات شفافية. فالعاملون الذين يفترض أن يعملوا فى إحدى المنظمات يتعين عليهم أن يفقهوا الهيكل التنظيمى بها، ويبدو هذا واضحا، ولكن كثيرا ما نخالف هذا المبدأ فى بعض المؤسسات مثل المؤسسة العسكرية.

وهناك مبدأ آخر سبق ذكره؛ فبعض العاملين فى المنظمة تفوضت لهم سلطة اتخاذ القرارات النهائية فى مجالات معينة. ويبدو واضحا للبعض تماما إمكانية توليهم القيادة فى أوقات الأزمات. ومن المبادئ السليمة أن تتكافأ السلطة مع المسؤولية.

ومن المبادئ السليمة أن يكون للشخص الواحد فى المنظمة "رئيس" واحد. فهناك حكمة فى القانون الرومانى القديم تقول: "إن العبد الذى له ثلاثة رؤساء، هو رجل حر". وهذا هو مبدأ قديم جدا فى العلاقات الإنسانية؛ يجب ألا يخضع أى شخص لتنازع السلطات، وأن وجود أكثر من رئيس واحد يؤدّ ذاك الصراع، (وهذا هو السبب فى صعوبة العمل فى فريق "جاز كومبو". هذا الفريق الصغير من العازفين والراقصين المنتشر حاليا؛ إذ إن كل عضو فيه له رئيسان: رئيس لوظيفته التخصصية كالهندسة مثلا، ورئيس آخر هو قائد الفريق). ومن مبادئ البناء التنظيمى السليمة أن يقل عدد الطبقات إلى الحد الأدنى؛ أى تكون المنظمة "مسطحة" بقدر الإمكان، عملا بالنظرية الإعلامية القائلة: "إن كل وصلة من وصلات الاتصالات تضاعف الضوضاء وتقسم الرسالة إلى جزئين".

ولكن تلك المبادئ لم تدلنا على ماذا نعمل؛ بل أفادتنا فقط عن ماذا نتجنب، ولم تبلغنا بماذا سيحدث، وأبلغتنا بماذا سوف لا يحدث. وهذه المبادئ ليست أصعب من تلك التى تفيدنا بما يعمل المهندس المعماري. فلم تبلغه بأى نوع من المباني سوف يشيد، بل أبلغته بالقيود والمحظورات. وهذا هو تماما ما أفادتنا به مختلف المبادئ فى البناء التنظيمى.

وأحد هذه التطبيقات هو: إن الأفراد عليهم أن يعملوا فى نفس الوقت فى مختلف الهياكل التنظيمية. ففى مهمة واحدة يجب أن يعملوا بروح الفريق. ولكن فى مهمة أخرى يجب أن يعملوا فى الوقت ذاته فى بناء تديره القيادة والسيطرة. والفرد ذاته الذى يعمل "رئيسا" فى منظمته، يكون "شريكا" فى عمل مشترك، أو ضمن الأقلية عند المشاركة، أو فى مشروع مشترك وهكذا. فالتنظيم بمعنى آخر سوف يصير أداة فى صندوق العدة للمدير التنفيذى.

وأهم من ذلك: أن نعمل على دراسة مصادر القوة والقيود المفروضة فى مختلف المنظمات. فما هى أنسب المهام لأية منظمة؟ وما هى المهام التى لا تناسب هذه المنظمة؟ ومتى ننتقل من إحدى المنظمات إلى الأخرى عند تنفيذ المهام؟

وربما كنا فى أمس الحاجة إلى هذا التحليل للتنظيم الصحيح سياسيا: وهو فريق العمل.

المفروض عموما فى هذه الأيام أن النوع الوحيد من فرق العمل - ولنسمه فريق الجاز كومبو - هو الذى يناسب جميع المهام. والواقع أن هناك خمسة على الأقل وربما كانت عشرة أنواع مختلفة من الفرق، كلٌ يعمل فى مجال تطبيقه؛ وكلٌ له قيود ومحظورات؛ وكلٌ تواجهه صعاب؛ وكلٌ يحتاج إلى إدارة من نوع مختلف. وفريق العمل الشائع حاليا هو فريق الجاز كومبو، وهو بدون شك أصعبها فى أداء العمل وأكثرها حدة فى القيود. وما لم نعمل بجدية وسرعة سواء أكان فريق العمل مناسبا أو غير مناسب لأداء المهمة، فسوف يصبح فريق العمل مشكوكا فيه ويصير بدعة أخرى خلال بضع سنين. ولكن فرق العمل مهمة. فحيثما تنتمى وحيثما تعمل فهى أكثر التنظيمات فاعلية.

ومن المؤكد أننا سنضطر إلى دراسة واستخدام هياكل مختلفة أكثر من هياكل منفردة من التنظيم الصحيح الوحيد، الذى لا تزال نظرية التنظيم وتطبيقه كذلك بصورة أشمل تعتقد فى صحته.

ومن أمثلة ذلك: تلك المجموعة الرفيعة المستوى فى التدريب من الأشخاص المطلوبين لإجراء جراحة فى القلب المفتوح، مثل عملية تحويل أوعية القلب إلى مجرى جانبى. فيمكن النظر إليها على أنها نموذج منفرد ومتفوق حقا "للتنظيم الوظيفى" التى نادى بها فايول؛ حيث يقوم كل عضو فى المجموعة بوظيفة واحدة دون سواها؛ وهم: الجراح الرئيسى، والجراحين المساعدان وطبيب التخدير، والمرضتان المناطقتان بإعداد المريض للعملية، والمرضات الثلاث اللاتى يساعدن فى العملية، والمرضتان أو الثلاث ممرضات والمرضة المقيمة فى غرفة الإنعاش ووحدة العناية المركزة، وفنى التنفس الذى يدير آلة القلب والرئتين، والفنيون الثلاثة أو الأربعة فى الأجهزة الإلكترونية. وهؤلاء الأشخاص ينظرون إلى أنفسهم على أنهم "فريق عمل"، كما يراهم كل عامل بالمستشفى على أنهم فريق عمل. وهم حقا فريق عمل، إذ إن كل عضو منهم

يقوم بعمله فوراً دون أن ينبس أحد منهم بكلمة أو يعطى أوامر، ودون أن يحدث أدنى تغيير فى إيقاع العمل وانتظامه وحسن سيره فى العملية.

وهناك مجال وحيد يستحق البحث والدراسة وهو تنظيم الإدارة العليا.

بدأ الاهتمام الفعلى بالتنظيم بالتصميم الأول الواعى لمهمة الإدارة العليا - الدستور الأمريكى. إذ حل هذا التصميم للمرة الأولى ما كان يُعتقد أنه أقدم مشكلات التنظيم فى المجتمع السياسى، وهى المشكلة التى لم يحلها أى منهج سياسى، ألا وهى: مشكلة التعاقب. فالدستور أكد ضرورة وجود مدير تنفيذى دائم له الصلاحيات الشرعية كاملة، ومفوض بالسلطات الكاملة، ويعقد عليه الأمل فى الإعداد لوظيفته، دون أن يهدد سلطات الشاغلين الحاليين للوظائف مثلما كان أولياء العروش يفعلون منذ زمن بعيد. وبالنسبة لبناء الإدارة العليا فى المنظمات غير السياسية كان العمل كذلك يستوحى نظرية رسمية للتنظيم. فـجورج سيمنز الذى سبق ذكره بصفته مؤسساً للبنك الألمانى، والمنقذ لشركة الأجهزة الكهربائية التى يملكها ابن عمه خلال فرضه لبناء تنظيمى رسمى، ولا يزال البنك الألمانى وشركة سيمنز للأجهزة الكهربائية أكبر الأعمال التجارية فى ألمانيا فى مجال الصناعات الخاصة، صمم ما يعتبر اليوم البناء الشرعى للإدارة العليا فى ألمانيا وفى أوروبا الوسطى والشمالية مع اختلافات بسيطة، وهو فريق العمل الذى يضم شركاء متساوين، وكل منهم خبير مهنى فعال، مستقل تماماً فى مجال عمله، بينما ينتخب المجموع "متحدثاً" عنهم، ليس "مديراً"، بل "قائداً".

ولكننى أشك فى أن يؤكد أى فرد أننا نعلم جيداً كيف ننظم وظيفة الإدارة العليا، سواء أكان ذلك فى الأعمال التجارية أو فى الجامعة أو فى المستشفى أو حتى فى الكنيسة الحديثة.

ومن العلامات المميزة التفاوت المتنامى بين لغتنا المنمقة وتطبيقنا. إذ نتحدث بدون توقف عن "فرق العمل"، وتأتى جميع الدراسات إلى خلاصة مفادها أن

وظيفة الإدارة العليا فى حاجة ماسة إلى فريق العمل. ولكننا نطبق الآن فى الصناعة الأمريكية طائفة الشخصيات المرموقة بتطرف فى المدير التنفيذى من الرجال المتفوقين. ويبدو أنه لا أحد يبدى أدنى اهتمام لتقديسنا الحالى للمديرين التنفيذيين وكيفية استبدالهم؛ ذلك الاستبدال الذى كان دائما الاختبار النهائى لأية إدارة عليا، والمحك الختامى لأية مؤسسة.

وبمعنى آخر، هناك كم هائل من العمل المطلوب إنجازة فى نظرية التنظيم وتطبيقها، حتى ولو كان كل من النظرية والتطبيق أقدم الأمور فى العمل المنظم والتطبيق المنظم فى علم الإدارة.

كان الرواد الأوائل فى علم الإدارة منذ قرن مضى على صواب. فالحاجة ماسة إلى البناء التنظيمى. فالمشروع الحديث سواء أكان عملا تجاريا أو خدمة مدنية أو جامعة أو مستشفى أو كنيسة كبيرة أو مؤسسة عسكرية كبيرة فى حاجة إلى تنظيم مثل منظومة الكائنات الحية فيما بعد الأميبا التى تحتاج إلى بناء. ولكن الرواد الأوائل جانبهم الصواب بتأكيدهم ضرورة وجود تنظيم واحد صحيح. ومثلما يوجد عدد كبير من الهياكل المختلفة فى التنظيمات البيولوجية، يوجد عدد من التنظيمات الاجتماعية تتمثل فى المؤسسات الحديثة. وبدلا من البحث عن التنظيم الصحيح، فإن الإدارة فى حاجة إلى معرفة أساليب البحث والتطوير والاختبار: التنظيم المناسب للمهمة.

ثالثا: الطريقة الصحيحة الوحيدة لإدارة الموارد البشرية

لا توجد افتراضات تقليدية أساسية تؤخذ بجدية؛ ولو أن معظمها يؤخذ بدون وعى مثل إدارة الموارد البشرية. ولا يوجد مجال آخر متنازع مع الحقيقة ويأتى تماما بآثار عكس ما نتوقع مثل هذا الموضوع.

"فهناك أو يجب أن يكون هناك طريقة واحدة صحيحة لإدارة الموارد البشرية". وهذا الادعاء يشكل الأساس التطبيقى لكل كتاب أو بحث عن إدارة الموارد البشرية.

تلك هى العبارة الأكثر اقتباسا من كتاب دوجلاس ماك جريجور **الجانب الإنسانى للمشروع** (١٩٦٠) الذى يؤكد أن الإدارات يتعين عليها أن تختار واحدة فقط من النظريتين المختلفتين من أساليب إدارة الموارد البشرية: "النظرية س" أو "النظرية ص"؛ ومن المؤكد أن "النظرية ص" هى النظرية الصحيحة الوحيدة. (وقبل ذلك بقليل ذكرتُ الشئ بذاته فى كتابى **ممارسة الإدارة** الصادر فى ١٩٥٤). وبعد ذلك ببضع سنين أوضح أبراهام ماسلو (١٩٠٨-١٩٧٠) فى كتابه **الإدارة الصحيحة نفسيا** (١٩٦٢) وطبعته الجديدة بعنوان **حديث ماسلو فى علم الإدارة** (١٩٩٥) أن ماك جريجور ودروكر كانا خاطئين تماما. فأشار إلى أن مختلف الناس فى حاجة إلى اختلاف فى الإدارة.

وكان على أن أتحوّل فوراً، فقد كانت براهين ماسلو كاسحة، ولكن حتى الآن يعير قليل جدا من الناس اهتماما كثيرا لذلك.

وعلى هذه الفرضية الأساسية القائلة: إن هناك أو ينبغى أن يكون هناك أسلوب صحيح واحد فقط لإدارة الناس، تستند إليه كل الفرضيات الأخرى التى تدور حول الناس فى المنظمات وإدارتها.

ومن هذه الافتراضات أن الناس الذين يعملون فى إحدى المنظمات، هم موظفون فى هذه المنظمة يعملون الوقت بأكمله، ويعتمدون فى تدبير سبل معيشتهم وفى مستقبلهم الوظيفى على تلك المنظمة. وفرضية أخرى تقول إن هؤلاء الناس العاملين فى هذه المنظمة مرؤوسون. والحق يقال، إنه من المفروض أن الغالبية العظمى من هؤلاء الناس إما أن يكونوا عديمى المهارة أو قليلى المهارة وإنهم يفعلون ما يؤمرون.

ومنذ ثمانين عاما عندما بدأت صياغة هذه الفرضيات أثناء وحتى نهاية الحرب العالمية الثانية، تكيفوا تماما مع الحقيقة حتى يُعتبروا صالحين. واليوم صار كل واحد منهم غير متاح. ومعظم الناس الذين يعملون فى منظمة ربما لا يزالون يعملون

موظفين فى المنظمة. ولكن عددا كبيرا وأقلية تتنامى بانتظام ممن يعملون للمنظمة لم يعودوا موظفين، ولا يعملون طوال الوقت. فهم يعملون بعقد خارجى، مثل الشركة التى تستخدم عمالة خارجية لتقديم أعمال الصيانة فى المستشفى أو المنشأة الصناعية أو الشركة المكونة من عمالة خارجية التى تدير مناهج معالجة البيانات لإحدى المصالح الحكومية أو أحد الأعمال التجارية. فهم عمال لجزء من وقت العمل. وهم فى تزايد على أنهم أفراد متعاقدون يعملون مقابل أتعاب أو مقابل عقد محدد بفترة زمنية؛ وهذا صحيح بالذات بالنسبة للأذكىاء، وبالتالي لأعظم الناس قيمة من العاملين فى المنظمة.

وحتى لو عملوا طوال ساعات العمل فى المنظمة، فقليل منهم ثم أقل من يصبحون "مرؤوسين"، حتى فى المهن المنخفضة المستوى. ويتزايد عددهم بصفاتهم عمالا معرفيين. والعمال المعرفيون ليسوا مرؤوسين ولكنهم مساعدون؛ لأنهم إذا تجاوزوا مرحلة التدريب على الصنعة، وصاروا عمالا معرفيين يتعين عليهم أن يعرفوا عن مهنهم أكثر مما يعرف رئيسهم عنها، وإلا لصاروا غير مهرة على الإطلاق. والحقيقة، إن معرفتهم عن مهام وظيفتهم أكثر من معرفة أى شخص آخر فى المنظمة، شرط لكى ينطبق عليهم تعريف العامل المعرفى.

والمهندس الذى يخدم العميل لا يعرف عن المنتج أكثر مما يعرف المدير المهندس. ولكنه يعرف أكثر منه عن العميل، الأمر الذى يجعله أكثر أهمية من معرفة المنتج. وخبير الأرصاد فى إحدى القواعد الجوية أقل فى المرتبة بكثير من قائد القاعدة الجوية. ويصبح عديم الفائدة ما لم يعرف معلومات لا نهائية عن التنبؤ بالطقس تفوق معلومات قائد القاعدة الجوية عنه. وعامل الإصلاح والصيانة فى أحد الخطوط الجوية يعرف عن الحالة الفنية للطائرة أكثر بكثير مما يعرف مدير الخطوط الجوية فى المطار الذى يتلقى منه التقارير، وهكذا.

أضف إلى ذلك أن مديرى العموم لم يشغلوا عادة الوظائف التى يشغلها "مرؤوسوهم"؛ نظرا إلى أنهم شغلوها منذ عقود قليلة مضت ولا يزالون يفترضون ذلك كثيرا.

ومنذ بضع عقود شغل قائد الفوج فى الجيش جميع الوظائف التى يشغلها الآن مرؤوسوه، مثل قائد كتيبة وقائد سرية وقائد فصيلة، والفرق الوحيد فى هذه الوظائف الخاصة بين قائد الفصيلة الصغير وقائد الفوج الكبير هو عدد الأفراد الذين يقودهم كل منهما؛ أما أعمالهما فمتشابهة تماماً. ومن المؤكد أن قادة الأفواج اليوم تولوا قيادة الفصائل من قبل فى تسلسل وظائفهم الهرمى، ولكن ربما كان ذلك لوقت قصير فقط. وقد تدرجوا كذلك فى رتب النقيب والرائد. ولكن فى مجرى حياتهم تولوا عدة مهام متنوعة مثل وظائف أركان الحرب والبحوث والتدريس والملحقين فى السفارات فى الخارج وهكذا. ولم يعودوا يدعون أنهم يعرفون ما يعرف "مرؤوسوهم" من النقباء قادة السرايا، لأنهم كانوا نقباء بطبيعة الحال ولكنهم ربما لم يتولوا قيادة سرية.

وبالمثل، فإن نائب المدير للتسويق ربما تدرج فى الوظائف عن طريق المبيعات. فهو يعرف الكثير عن المبيعات، ولكنه لم يعرف شيئاً عن بحوث التسويق وتحديد الأسعار والتعبئة والتغليف والخدمات والتنبؤ بالمبيعات. ولهذا لا يستطيع نائب المدير أن يبلغ الخبراء فى قسم التسويق عما يجب أن يفعلوا ولا كيف. ولكنهم من المفروض أن يكونوا مرؤوسين لنائب الرئيس للتسويق، الذى يصبح مسئولاً عن أدائهم وإسهامهم فى شئون التسويق بالشركة.

وبالمثل نرى أن مدير الإدارة بالمستشفى أو الطبيب عضو مجلس الإدارة فيها ليس خبيراً فيما يتعلق بالعاملين المدربين على المعرفة فى معامل التحليل الطبى أو فى العلاج الطبيعى.

ومن المؤكد أن هؤلاء المساعدين "مرؤوسون"؛ إذ إنهم يعتمدون على "المدير" عند استئجارهم أو إنهاء خدمتهم أو ترقيتهم أو تقييم أعمالهم وغير ذلك. ولكن المتفوق فى عمله يستطيع أن يؤدى عمله إذا كان مرؤوساً يتولى مسئولية تعليم ذاته، وذلك يجعل "رئيسه" يدرك ماذا يستطيع عمله فى مجال بحوث التسويق أو العلاج الطبيعى، وما ينبغى أن يعمل، وأية نتائج يحققها فى مجال تخصصه. وفى مقابل ذلك يعتمد هؤلاء

المؤوسون على رئيسهم فى تلقى التوجيهات؛ ويعتمدون على رئيسهم فى إبلاغهم بالنتائج.

وبمعنى آخر، فإن علاقاتهم تشبه إلى حد بعيد العلاقة بين قائد الفرقة الموسيقية وعازفى الآلات الموسيقية أكثر مما تشبه العلاقة التقليدية بين الرئيس ومؤوسه. فالمدیر فى المنظمة التى تستخدم عمالا معرفيين لا يستطيع كقاعدة أن يعمل عمل المؤوس المفترض أكثر مما يستطيع قائد الفرقة الموسيقية أن يعزف على آلة البوق الموسيقية. وبالتالي يعتمد العامل المعرفى على المدير فى إعطائه التوجيهات، وفوق كل هذا يحدد النتائج المرجوة من المنظمة بأسرها؛ أى يحدد المعايير والقيم والأداء والنتائج. وكما تستطيع الفرقة الموسيقية أن تدمر أعظم قائد لفرقة موسيقية مهما كانت درجة استبداده، فإن المنظمة المعرفية تستطيع أن تدمر أقدر المديرين مهما كانت درجة استبداده.

والعدد المتزايد تماما من الموظفين العاملين طوال الوقت يجب إدارتهم كأنهم متطوعون؛ لأنهم من المؤكد يصرفون رواتب. ولكن العاملين المعرفيين يتمتعون بالمرونة، لأنهم يستطيعون أن يغادروا أعمالهم. فهم يملكون "وسائل الإنتاج خاصتهم" وهى المعرفة. (انظر كذلك الفصل السادس).

ومنذ أربعين عاما علمنا أن المال وحده لا يمكن أن يكون حافزا على الأداء. والسخط على المال كثيرا ما يكون محبطا؛ والرضا بالمال "عنصر صحى" تماما كما عرفه فريدريك هيرزبيرج منذ أربعين عاما فى كتابه **الحافز للعمل** (١٩٥٩). فالحوافز وخاصة بالنسبة للعامل المعرفى هى التى تحفز المتطوعين. والمتطوعون كما نعرف ينبغى لهم أن يكونوا أكثر رضا من عملهم من الموظفين الذين يتقاضون أجرا، نظرا إلى أنهم لا يتقاضون شيكا أجرا لعملهم. وهم يحتاجون فوق كل شىء إلى التحدى. يحتاجون إلى معرفة مهمة المنظمة ويؤمنون بها. ويحتاجون إلى التدريب الدائم. ويحتاجون إلى أن يروا النتائج.

والشيء الكامن وراء ذلك هو أن جماعات مختلفة من القوى العاملة ينبغي أن تعامل معاملات مختلفة، وأن الجماعة الواحدة من هذه القوى العاملة ينبغي أن تعامل معاملات مختلفة باختلاف الزمان. ويجب أن تتزايد معاملة الموظفين وإدارتهم على أنهم شركاء، وتُعرف المشاركة بأنها مساواة بين الشركاء. ومن تعريف المشاركة كذلك نعلم أن الشريك لا يتلقى الأوامر، بل يجب إدارته بالحث على العمل. ولهذا يتزايد المفهوم بأن إدارة الموارد البشرية "وظيفة تسويقية". وفي التسويق لا يبدأ المرء بالسؤال: "ماذا تريد؟" بل يبادر بالسؤال: "ماذا يريد الطرف الآخر؟ وما هي القيم التي يتمتع بها؟ وما هي أهدافه؟ وماذا يتوقع من نتائج؟" ولا يدخل هذا ضمن "النظرية س" ولا "النظرية ص" ولا أية نظرية أخرى في إدارة الموارد البشرية.

وربما نضطر إلى إعادة تعريف المهمة تماما. فليست هي "إدارة أعمال الموارد البشرية". فنقطة البداية في كل من النظرية والتطبيق ربما كانت "الإدارة من أجل الأداء". وربما كانت نقطة البداية هي تحديد النتائج، تماما مثلما تكون نقطة البداية في كل من قائد الفرقة الموسيقية ومدرّب كرة القدم هي النتائج.

وإنتاجية العامل المعرفي يحتمل أن تصبح مركز إدارة الموارد البشرية، تماما كما كان العمل في الإنتاجية للعامل اليدوي مركزا لإدارة الموارد البشرية منذ قرن مضى، أي منذ فريدريك وتايلور. وهذا يتطلب فوق كل شيء نظريات شديدة الاختلاف حول الموارد البشرية في المنظمات وأعمالها:

لا يستطيع امرؤ أن يدير الموارد البشرية؛ بل إن المهمة هي التي تقود الموارد البشرية. والهدف هو جعل عناصر القوة والمعرفة في الفرد هي التي تصنع الإنتاجية.

رابعا: التقنيات والمستخدمون النهائيون ثابتة ومفترضة

هناك أربعة مبادئ كبرى تعتبر أساساً لممارسة الإدارة على طول المدى؛ ولكن قانون الإدارة كان بحق أبعد منها مدى.

فمبادئ التقنية والمستخدمين النهائيين تشكل إلى حد بعيد جدا الأساس في ظهور إدارة الأعمال التجارية الحديثة والاقتصاد الحديث سويا. ويرجع عهدهما إلى باكورة أيام الثورة الصناعية.

فعندما نشأت لأول مرة صناعة النسيج وتطورت من الصناعات المنزلية، كان من المفروض بكامل الصلاحية أن تكون لصناعة النسيج تقنياتها الفريدة. وما ينطبق على هذه الصناعة ينطبق تماما على صناعة استخراج الفحم من المناجم، والصناعات الأخرى التي ظهرت في أواخر القرن الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر. وأول من أدرك هذا وطبقه على مشروع كبير، كان كذلك واحدا من الرعيل الأول الذي طور ما نسميه الآن العمل التجارى الحديث، وهو الألماني فيرنر سيمنز (١٨١٦-١٨٩٢). دعت الحاجة في عام ١٨٦٩ إلى استئجار أول عالم متدرب يقيم مختبرا حديثا للبحوث، خصصه على وجه الحصر والقصر لما نسميه الآن الإلكترونيات، بناء على مفهوم واضح عن الإلكترونيات، التي كانت تسمى في ذلك الوقت "الجهد الكهربائي المنخفض"، وكان متميزا واضح المعالم منفصلا عن جميع الصناعات الأخرى ويتميز بالتقنية المتميزة المستقلة.

ومن هذه البصيرة نشأت شركة سيمنز بمختبرها المتخصص في البحوث، وكذلك الصناعات الكيميائية التي تبوأ الريادة في العالم كله؛ نظرا إلى إنها بنيت على مبادئ فحواها أن الكيمياء وخاصة الكيمياء العضوية لها تقنيات فريدة. ومنها نشأت جميع الشركات الكبرى الرائدة في العالم، سواء أكانت شركات الكهرباء والكيمياء الأمريكية أو شركات السيارات والهاتف وغيرها. ومن هذه البصيرة نشأ ما يمكن أن يكون أنجح ابتكار في القرن التاسع عشر، وهو مختبر الأبحاث. وآخرها جاء بعد قرن من الزمان من مختبر سيمنز، وهو مختبر شركة الأعمال التجارية الدولية IBM في عام ١٩٥٠. وفي الوقت ذاته مختبرات البحوث في كبرى شركات الأدوية التي ظهرت كصناعة عالمية بعد الحرب العالمية الثانية.

وكانت هذه الفرضيات غير متيسرة من قبل. وأفضل مثال هو بطبيعة الحال صناعة الأدوية، التي تزايد اعتمادها على تقنيات مختلفة تماما عن التقنيات التي اعتمد عليها مختبر البحث الصيدلاني، وهي علم الوراثة وعلم الأحياء المجهرى وعلم الأحياء الجزيئى والإلكترونيات الدوائية وغيرها.

ولكن الشيء ذاته حدث فى صناعة السيارات، التي تزايد اعتمادها على الإلكترونيات وعلى الحاسب الإلكتروني. وحدث كذلك فى صناعة الصلب، التي تزايد اعتمادها على علوم المواد التي تجهلها تماما شركات الصلب الأصلية ولا تزال تجهلها كثيرا. وحدث أيضا فى صناعة الورق، ولا تزال القائمة مستمرة.

وفى القرن التاسع عشر حتى أوائل النصف الأول من القرن العشرين، كان من المسلم به جدلا أن التقنيات خارج الصناعة الفردية لم يكن لها تأثير على الصناعة أو كان لها الحد الأدنى من التأثير. فالنظرية التي نبدأ بها الآن هي: أن التقنيات التي يحتمل أن يكون لها التأثير الأكبر على الشركة وعلى الصناعة هي تقنيات خارجة عن نطاقها.

والنظرية الأساسية بطبيعة الحال تدل على أن مختبرات البحوث الخاصة بالشركة تستطيع أن تنتج كل ما تحتاجه الشركة وصناعتها. وبالتالي فإن كل ما تنتجه هذه المختبرات سوف يستخدم فى الصناعة التي تخدمها.

كان هذا هو الأساس الواضح لما يمكن اعتباره الأكثر نجاحا فى مختبرات البحوث الكبرى فى المائة عام الماضية، وهى مختبرات بيل لمنظومة الهواتف الأمريكية. ومنذ أن أنشئت فى باكورة العقد الثانى من القرن العشرين حتى العقد السادس منه أنتجت مختبرات بيل بالفعل كل معلومات جديدة وكل تقنية جديدة تحتاجها صناعة الهواتف. وبالتالي، وجد كل ما أنتج علماء مختبرات بيل بالفعل طريقه إلى الاستخدام فى أنظمة الهواتف. ثم تغير هذا تغيرا سريعا بما يعتبر أعظم إنجاز علمى لمختبرات بيل وهو الترانزيستور. وصارت شركة الهواتف ذاتها أكبر مستخدم للترانزيستور. ولكن الاستخدام

الرئيسى للترانزيستور كان خارج نظام الهاتف، ولم يكن من المتوقع أن شركة الهواتف بيل، بعد أن بادرت بإبداعه أفشت سره، إذ لم تجد فيه الكفاية فى الاستخدام فى نظام الهاتف، ولم تجد فيه الكفاية فى الاستخدام كذلك خارج نظام الهاتف. وهكذا، كان أعظم الابتكارات الثورية الذى أبدعته مختبرات بيل، ومن المؤكد أنه كان أعظمها قدرا، باعته الشركة لكل من طلب شراءه نظير مبلغ زهيد هو ٢٥,٠٠٠ دولار أمريكى. وبهذا فشلت مختبرات بيل فى إدراك أهمية إنجازها الذى تعتمد عليه جميع شركات الإلكترونيات خارج نطاق الهاتف.

وبالعكس، فإن الأشياء التى أحدثت ثورة فى نظام الهاتف مثل التحويلات الرقمية وأسلاك الزجاج الليفى المعزول (الفيبرجلاس)، لم تخرج من مختبرات بيل؛ بل خرجت من تقنيات بعيدة عن تقنيات الهواتف. وكان هذا نمطا متكررا تماما فى الثلاثين أو الخمسين سنة الماضية، وتزايد تكرار هذا النمط فى جميع الصناعات.

ولم تعد التقنيات على عكس تقنيات القرن التاسع عشر تحدث بالتوازى، بل صارت دائما متشابكة. وهناك على الدوام شىء فى التقنية التى لم يسمع بها العاملون فى صناعة ما، مثل العاملين فى صناعة الأدوية وصناعة الأجهزة الطبية الإلكترونية الذين يجهلون علم الوراثة، يحدث هذا الشىء ثورة فى الصناعة والتقنية. ومثل هذه التقنيات الخارجية تدفع على الدوام الصناعة إلى تعلُّم واكتساب وتطوير وتغيير المفاهيم الجامدة؛ ناهيك بالمعرفة التقنية، والمبادئ الأساسية فى علم الوراثة غريبة تماما عن علماء الأدوية؛ بينما علم الوراثة يحدث ثورة سريعة فى صناعة الأدوية. والتطور الفكرى لعالم الوراثة مختلف حتى الآن إلى درجة أن شركات الأدوية الكبرى استطاعت أن تدخل علم الوراثة بنجاح فى منهاجها البحثى. واستطاعت أن تتوصل إلى علم الوراثة بالتعاون فقط مع العناصر الخارجية، سواء أكانت بمشاركة الأقلية فى شركة لعلم الوراثة، أو بالاتفاق مع أحد أقسام علم الوراثة فى إحدى الجامعات.

وهناك نظرية ثانية ذات أهمية متساوية مع نهضة الصناعة والشركات فى القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، هى أن المستخدمين النهائيين ثابتون

ومفترضون، فالاستخدام النهائي مثلا لتعبئة الجعة فى عبوات تدخل مختلف موردي العبوات فى منافسة حادة. وهم جميعا إلى عهد قريب كانوا يمثلون شركات تصنيع الزجاجات، حيث إن الطريقة الوحيدة لتعبئة الجعة كانت الزجاجات.

وبالمثل، بمجرد تيسر وجود الصلب، فى العقود الأخيرة من القرن التاسع عشر، صارت قضبان السكك الحديدية تُصنع من الصلب وليس من معدن آخر. وبمجرد أن صارت الكهرباء تُنقل عبر مسافات بعيدة، أصبحت الأسلاك تُصنع من النحاس. وطُبقت النظرية ذاتها فى قطاع الخدمات. فالحاجة إلى التسليف لأحد الأعمال التجارية يمكن إشباعها بقرض تجارى من أحد البنوك التجارية. وصار لمكتب البريد "التحكم الطبيعى" فى نقل وتسليم الرسائل المكتوبة والاتصالات المطبوعة كالبرقيات. وهناك طريقتان لتناول الطعام: إما بالطبخ فى المنزل أو بالتوجه إلى أحد المطاعم.

أصبح هذا مقبولا بوضوح لا فى الأعمال التجارية والصناعة والمستهلك فحسب، بل فى الحكومة كذلك. ويقوم تنظيم الأعمال التجارية فى أمريكا على مبادئ تفيد بأن كل صناعة تناسبها تقنية فريدة، وأن كل استخدام نهائى يناسبه منتج أو خدمة معينة فريدة. وتلك هى المبادئ التى بنيت عليها مقاومة تجمع الرساميل. وتهتم مقاومة تجمع الرساميل حتى اليوم بالتحكم فى سوق زجاجات التعبئة ولا تهتم كثيرا بأن الجعة لا تتزايد تعبئتها فى الزجاجات بل فى عبوات معدنية cans، أو على العكس تهتم مقاومة تجمع الرساميل Anti-Trust على وجه الحصر والقصر بالمركزية فى التوريد بالنسبة للعبوات المعدنية لتعبئة الجعة، دون النظر بعين الاعتبار إلى أن الجعة لا تزال تعبأ فى زجاجات، ولكن تتزايد تعبئتها فى عبوات معدنية. قررت المحكمة العليا فى الولايات المتحدة فى منتصف العقد الثانى من القرن العشرين أن هناك وسيلتين تبادليتين كل منهما قائم بذاته بدون تنافس فى الاتصالات، الكلمات المنطوقة تنقل عبر الهاتف، بينما الكلمات المكتوبة تنقل عبر البرق. وبعد عشر سنوات أثناء الكساد الاقتصادى فصل المجلس التشريعى الأعلى (الكونجرس) عمليات البنك الاستثمارى عن عمليات البنك التجارى، بحيث

يكون كل منهما له مؤسساته المنفصلة، ويكون لكل منهما الاستخدام النهائي المحدد حصريا.

ولكن منذ الحرب العالمية لم تعد الاستخدامات النهائية متفردة بمنتج معين أو خدمة معينة. وكانت منتوجات البلاستيك بطبيعة الحال أول الاستثناءات الكبرى للقاعدة. ولكن كان واضحا من قبل أن مادة واحدة فقط هي التي تعتبر ساحة لمادة أخرى. وتزايد إشباع الحاجة ذاتها بوسائل أخرى مختلفة. فالحاجة هي الفريدة وليست وسيلة إشباعها.

وفي بداية الحرب العالمية الثانية، كانت الأنباء تتحكم فيها الصحف، التي كانت إبداعا للقرن الثامن عشر الذي لقي رواجا كبيرا في بداية القرن العشرين. وكانت من قبل هناك وسائل عديدة متنافسة لبث الأنباء: منها الصحف المطبوعة، ويتزايد بث الصحيفة ذاتها على خط الشبكة الإلكترونية العالمية (إنترنت)، والمذياع والتلفاز ومنظمات الأنباء المنفصلة التي تستخدم الإلكترونيات، كما هو الحال المتزايد في أنباء الاقتصاد والأعمال التجارية، بالإضافة إلى وسائل أخرى.

وفي الولايات المتحدة صدر قانون جلاس ستيغال في سنوات الكساد الاقتصادي محاولا منع البنوك التجارية من القيام بأعمال تجارية في سوق الاستثمار، وكذلك حاول منع بنوك الاستثمار من القيام بعمليات البنوك التجارية، وبهذا يُمكّن البنوك من التحكم في عمليات الاقتراض. ومن نتائج هذا التناقض أن القانون الذي فرض موقع التحكم للبنك في السوق التجاري، أعطى السوق التجاري لمديرى بنك الاستثمار. وبالتحاييل على القانون الأمريكى (قرار المحكمة العليا في العشرينيات من القرن العشرين)، تم تصنيف "الورقة التجارية" (التي تماثل الحوالة المالية - الكمبيالة - الأوروبية) لتكون "سريّة". وهذا هو الذى مكن مديرى بنك الاستثمار بعد عام ١٩٦٠ من أن يكونوا قوة متحكممة في الأعمال التجارية للبنوك التجارية، أى يستبدلوا بغزارة القروض التجارية للبنك "بالورقة التجارية" لمديرى بنك الاستثمار.

ولكن أسرع مصدر متنام للائتمان التجارى ليس البنك التجارى ولا البنك الاستثمارى؛ بل هو بطاقة الائتمان credit card فى أشكالها المتنوعة. وعلى قدر العدد القليل لبطاقات الائتمان يتزايد عدد العملاء الذين يحملون بطاقات ائتمان متعددة، يصل بعضها إلى خمس وعشرين أو ثلاثين بطاقة. ويستخدمون هذه البطاقات للحصول على أو الإبقاء على مستوى من الائتمان يتجاوز استحقاقاتهم الائتمانية. ويبدو أن نسبة الفائدة المرتفعة جدا لا تزعجهم كثيرا، نظرا إلى أنهم ليست لديهم النية لسداد القروض. ويتحكمون فيها بنقل الميزان من بطاقة إلى أخرى حتى لا يضطروا إلى دفع أكثر من مبلغ صغير يصل إلى الحد الأدنى. وبهذا تصير بطاقة الائتمان ما نسميه عادة "العرض القانونى". ولا يعرف أحد حجم هذا الشكل الجديد من المال. وقد صار كبيرا إلى حد أن تصبح مقادير الأموال فى دورة المال لا معنى لها سواء أكانت فى القائمة الأولى أو الثانية أو الثالثة التى تبنى عليه البنوك المركزية ورجال الاقتصاد نظرياتهم وتوقعاتهم.

وهناك كذلك "المصدر الأساسى" الجديد للمعلومات. ويختلف كثيرا عن السلع الأخرى فى أنه لا يخضع لنظرية الندرة، بل على العكس، يخضع لنظريات متعددة. فإذا بُعِثَ كتابا على سبيل المثال فلن يكون عندى كتاب بعدئذ. وإذا أفشيت معلومة، فلا أزال محتفظا بها. والحقيقة أن المعلومات تصبح قيمتها أكبر إذا عرفها عدد أكبر من الناس. وماذا يعنى ذلك بالنسبة لعلم الاقتصاد، لا يدخل فى نطاق هذا الكتاب، على أنه من الواضح أن ذلك يضطرنا إلى مراجعة نظريات الاقتصاد؛ ولكنها تعنى كذلك الكثير فى مجال علم الإدارة. وسوف يؤدى ذلك أكثر فأكثر إلى تغيير النظريات الأساسية. فالمعلومات لا تقتصر على أية صناعة أو أى عمل تجارى. والمعلومات كذلك ليس لها استخدام نهائى واحد، ولا يتطلب أى استخدام نهائى نوعا خاصا من المعلومات، ولا يعتمد على نوع واحد خاص من المعلومات.

ولهذا فعلم الإدارة الآن يجب أن يبدأ بنظرية مفادها أنه ليست هناك تقنية تختص بأية صناعة، بل على العكس، فجميع التقنيات يحتمل أن تكون قادرة على أن تكون بالغة

الأهمية لأية صناعة، وأن يكون لها تأثير على أية صناعة. وعلم الإدارة بالمثل ينبغي أن يبدأ بالنظرية القائلة: ليس هناك استخدام نهائى واحد مفترض لأى منتج أو خدمة، وأنه على العكس من ذلك لا يرتبط أى استخدام نهائى بأى منتج أو خدمة.

ومن المتوقع بصفة متزايدة أن يكون غير العملاء لمشروع سواء أكان متجرا أو جامعة أو كنيسة أو مستشفى يتمتعون بالأهمية التى تزيد عن أهمية العملاء.

وحتى أكبر المشروعات البعيدة عن سيطرة الحكومة لها من غير العملاء ما يزيد على عدد العملاء. وهناك عدد قليل جدا من المؤسسات التى تزود السوق بنسبة ٣٠٪. وهناك بناء على ذلك عدد قليل من المؤسسات لا يصل فيها عدد غير العملاء إلى ٧٠٪ على الأقل من السوق المتوقع. ولكن قليلا جدا من المؤسسات ما يعرف شيئا عن غير العملاء، وقليل جدا منها ما يعرف أنها موجودة، ناهيك بمن يكونوا هم بالتحديد. وأقل منهم من يعرف لماذا هم غير عملاء. ولكن التغير يبدأ دائما من غير العملاء.

ومن التوقعات الحرجة الأخرى أن نقطة البدء للإدارة لم تعد منتجها أو خدمتها، وليست حتى سوقها المعروف ومستخدميها النهائيين لمنتجاتها وخدماتها. فنقطة البدء يجب أن تكون تقدير العملاء للقيمة. ونقطة البدء يجب أن تكون النظرية التى تم تأكيدها بجميع خبراتنا، وهى أن العميل لا يشتري ما يبيع المورد. وما القيمة بالنسبة للعميل سوى شئ مختلف تماما عن مقدار القيمة أو الجودة بالنسبة للمورد. وهذا ينطبق كثيرا على العمل التجارى والجامعة والمستشفى.

ومن الأمثلة على ذلك الكنائس الضخمة التى أنشئت سريعا فى الولايات المتحدة منذ عام ١٩٨٠، وهى من المؤكد أهم ظاهرة اجتماعية فى المجتمع الأمريكى فى السنوات الثلاثين الماضية. فمنذ ثلاثين سنة تقريبا لم يكن هناك أكثر من ألف كنيسة يزورها حشد من المصلين يتجاوز الألفى زائر، أما الآن فقد بلغ عددهم عشرين ألفا. وبينما اضمحلت أعدادهم بانتظام فى جميع الطوائف الدينية التقليدية تضاعف عدد الكنائس الضخمة. فعلوا ذلك لأنهم

سألوا: "ما هي القيمة للذين لا يترددون على الكنيسة؟ ووجدوا أنها تختلف عما تظن الكنائس تقليدياً أنها تمدهم به. فالقيمة العظمى لآلاف المحتشدين في الكنائس الضخمة في أيام الأسبوع وفي أيام الأحاد، هي خبرة روحية أكثر من أن تكون طقوساً كنسية؛ والإدارة بالمثل، مسئولة عن الخدمة التطوعية، سواء أكانت في الكنيسة أو في المجتمع.

وبمعنى آخر يجب أن يستند علم الإدارة في تزايد إلى النظريات الدالة على أنه ليست التقنية ولا الاستخدام النهائي هي القواعد التي تبنى عليها سياسة الإدارة. فهي قيود. ويجب أن تكون القواعد هي قيم العميل وقرارات العميل في توزيع الدخل المتيسر. وبهذا يجب أن تبدأ بتزايد في سياسة الإدارة واستراتيجية الإدارة.

خامساً: مجال الإدارة يعرف قانونياً

علم الإدارة سواء أكان في النظرية أو التطبيق يتعامل مع الشخصية القانونية، المشروع الفردي، سواء أكان متجراً أو شركة أو مستشفى أو جامعة أو غير ذلك. ولذلك فإن مجال علم الإدارة محدد قانونياً. وتلك هي النظرية العالمية غالباً.

ومن أسباب هذه النظرية الفكرة السائدة النمطية القائمة على القيادة والسيطرة. والقيادة والسيطرة محددة قانونياً بحق. فالمدبر التنفيذي للمتجر والأسقف في الكنيسة والمدبر الإداري في المستشفى ليست لهم سلطات في القيادة والسيطرة بخلاف ما حدد القانون لمؤسسته.

ومنذ مائة عام تقريباً اتضح لأول مرة أن التعريف القانوني لم يكن كافياً لإدارة أحد المشروعات الكبرى.

وينسب لليابانيين عادة إبتكارهم لمجموعة الشركات "keiretsu"، أى مفهوم الإدارة الذي يرتبط فيه الموردون للمشروع بالعملاء الرئيسيين. فمثلاً تقوم شركة تويوتا بالتخطيط وتنمية الإنتاج والرقابة على الأسعار وغير ذلك. ولكن

الواقع يقول إن مجموعة الشركات فكرة أقدم بكثير، إذ إنها ابتكار أمريكي، يرجع إلى عام ١٩١٠ حيث كان ويليام س. ديورانت (١٨٦١-١٩٤٧) أول من رأى إمكانية أن تصبح صناعة السيارات صناعة كبرى، حيث كان هو منشئ شركة جنرال موتورز، إذ قام بشراء الشركات الصغرى الناجحة فى صناعة السيارات مثل بويك وضمها إلى بعضها البعض لينشئ شركة كبرى للسيارات. وبعد بضع سنين تبين ديورانت أنه فى حاجة إلى ضم الموردين الرئيسيين إلى شركته. ثم بدأ فى شراء وضم صناعات الأجزاء وقطع الغيار واحدا بعد الآخر إلى شركته حتى انتهى فى عام ١٩٢٠ من شراء شركة هياكل السيارات فيشر وهى كبرى شركات تصنيع هياكل السيارات. وبهذا صارت شركة جنرال موتورز تملك المصانع التى تقدم ٧٠٪ من أى شىء يدخل فى تصنيع سياراتها. وبهذا أصبحت أكبر عمل صناعى متكامل فى العالم. وكان النموذج الأسمى اليابانى لمجموعة الشركات هو الذى هيا الفرصة الحاسمة فى التكلفة وسرعة الإنتاج فى شركة جنرال موتورز، الأمر الذى جعلها خلال عدة سنوات تصير أكبر شركة صناعية فى العالم وأكثرها ربحا؛ وصارت لها الريادة التى لا تقبل التنافس فى سوق السيارات الأمريكية. والحقيقة، أن شركة جنرال موتورز ظلت تتمتع لمدة ثلاثين عاما بميزة فى التكلفة تبلغ ٣٠٪ عن كل منافسيها بما فيهم فورد وكرايذر. ولكن مجموعة شركات ديورانت كانت لا تزال تركز على فكرة أن الإدارة تعنى القيادة والسيطرة، الأمر الذى حدى بديورانت أن يشتري جميع الشركات التى صارت جزءا من مجموعة شركات جنرال موتورز. وفى النهاية أصبحت هذه العملية أكبر نقطة ضعف فى شركة جنرال موتورز. إذ خطط ديورانت بحرص لى يضمن المنافسة لموردى قطع الغيار المملوكين لجنرال موتورز. فكل منهم عدا شركة فيشر للهياكل اضطر إلى بيع ٥٠٪ من إنتاجها لشركة جنرال موتورز، وهذا يعنى منافسة صناعات السيارات، الأمر الذى يحافظ على المنافسة فى التكلفة والمنافسة فى الجودة. ولكن بعد الحرب العالمية الثانية اختفى صناعات السيارات المنافسون، وبهذا اختفى الصراع على المنافسة تماما مع جنرال موتورز التى تملك جميع أقسام قطع الغيار. وفى عام ١٩٣٦-١٩٣٧ أدى انضمام صناعة السيارات فى اتحاد إلى رفع تكلفة العمل

فى مصانع تجميع السيارات فى أقسام شركة جنرال موتورز لقطع الغيار، مما أدى إلى متاعب فى التكلفة لم تستطع التغلب عليها حتى الآن. ويعنى اعتماد ديورانت فى مجموعة شركاته على نظرية الإدارة بالقيادة والسيطرة اضمحلال شركة جنرال موتورز فى السنوات الخمس والعشرين الأخيرة وعدم قدرة الشركة على تغيير ذاتها.

حدث هذا تماما فى العشرينيات والثلاثينيات من القرن العشرين لسييرز روبيك مؤسس مجموعة الشركات التالية. فلما كان سييرز أكبر موزع وخاصة للأدوات المنزلية والأدوات المعدنية، فقد حقق حتمية ضم الموردين الرئيسيين فى مجموعة واحدة حتى يحقق التخطيط المشترك والتطوير والتصميم المشترك والسيطرة على التكلفة فى السلسلة الاقتصادية بأسرها. ولكن بدلا من شراء هؤلاء الموردين، اشترى سييرز حصصا صغيرة منهم ترمز إلى الالتزام أكثر منها إلى الاستثمار، وأكد هذه العلاقة بالعقود. والمؤسس التالى لمجموعة الشركات، وربما كان أكثر نجاحا من سابقه، بل أكثر نجاحا من المؤسسين اليابانيين، هى شركة ماركس وسبنسر الإنجليزية التى بدأت فى الثلاثينيات من القرن العشرين تضم بالفعل جميع مورديها إلى نظام إدارتها، ولكن بالعقود على وجه الحصر بدلا من حصص الملكية أو السيطرة بالملكية. ونموذج ماركس وسبنسر هو الذى نقله اليابانيون بوعى كامل فى الستينيات من القرن العشرين.

والنصيب حتى فى أكثر المشروعات تكاملا فى التكلفة الكلية والنتائج الكلية للعملية بأسرها نصيب ضئيل حقا. فشركة جنرال موتورز فى ذروة إنتاجها البالغ ٧٠٪ من كل شىء يدخل فى الصناعة النهائية للسيارة، كانت تحصل على ١٥٪ فقط مما يدفع العميل فى السيارة الجديدة. ونسبة ٥٠٪ من المجموع يخصص للتوزيع، أى النسبة المستهدفة من التكلفة للسيارة الجاهزة التى تغادر مصانع تجميع جنرال موتورز. ونسبة ١٠-١٥٪ أخرى من المجموع الكلى كانت تخصص للضرائب المتنوعة. أما ٣٥٪ المتبقية من المجموع فنصفها أى ١٧٪ كان يخصص للمدفوعات للموردين الخارجين عن

الشركة. ولم تحقق شركة صناعية أخرى فى التاريخ نصيباً أوفر فى العملية الاقتصادية بأسرها من شركة جنرال موتورز فى فترة ذروة نجاحها فى الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين. فنصيب الشركة الصناعية النمطية من التكاليف والعائد من العملية الاقتصادية، أى ما يدفع العميل فى النهاية، نادراً ما يصل إلى أقل من ١٠٪ من المجموع الكلى. فإذا تحدد باتساع مجال الإدارة، فهذا هو ما يحصل عليه الصانع من معرفة وكل ما يحاول أن يديره.

وفى كل حالة على انفراد بدأً بشركة جنرال موتورز ومجموعة الشركات كان الانضمام فى نظام إدارى واحد للمشروع المرتبط ببعضه اقتصادياً أكثر من المسيطر عليه قانونياً، يحقق مزايا فى التكلفة تبلغ على الأقل ٢٥٪ وحتى تزيد عن ٣٠٪؛ وفى كل حالة على انفراد يتحقق التحكم فى الصناعة وفى السوق.

ولكن مجموعة الشركات ليست كافية، لأنها لا تزال قائمة على القوة؛ سواء أكانت بين شركة جنرال موتورز وشركات قطع الغيار الصغيرة المستقلة التى اشتراها ديورانت بين عامى ١٩١٥ و ١٩٢٠، أو كانت مع شركة سيرز روبك أو ماركس وسبنسر أو تويوتا، فإن الشركة المركزية لها قوة اقتصادية طاغية. فمجموعة الشركات ليست قائمة على أساس المشاركة المتساوية، بل قائمة على اعتماد الموردين على الشركة الأصلية.

وتزايد جذب السلسلة الاقتصادية لشركاء أصليين، أى مؤسسات متكافئة فى القوة ومتأصلة فى الاستقلال. وهذا صحيح فى المشاركة بين إحدى شركات الأدوية وإحدى كليات الكائنات الحية فى إحدى جامعات البحوث الكبرى. وهذا صحيح فى المشروعات المشتركة التى دخلت بها الصناعات الأمريكية فى اليابان بعد الحرب العالمية الثانية. وهذا صحيح فى المشاركات القائمة اليوم بين الشركات الكيميائية والدوائية وشركات علم الوراثة أو البيئة الجزيئية المجهرية أو الأجهزة الطبية الإلكترونية. وهذه الشركات العاملة فى التقنيات الحديثة ربما كانت صغيرة جداً، وغالباً ما تكون فى حاجة ملحة إلى رأس المال؛ ولكنها تتوافر فيها التقنية المستقلة.

ولهذا فهي الشريك الأكبر في مجال التقنية. وهي أكثر من الشركات الكيميائية أو الدوائية الأكبر في حرية الاختيار لمن تنضم إليه. والمثل بالمثل في تقنية المعلومات، وكذلك في الشؤون المالية. وحينئذ يبطل عمل مجموعة الشركات النمطية والقيادة والسيطرة.

فما نحن في حاجة إليه غير تعريف بمجال الإدارة: فالإدارة عليها أن تحتوى كل هذه العملية. ويعنى هذا بالنسبة للأعمال التجارية العملية الاقتصادية. ولكن قسم الكائنات الحية في جامعة البحوث الكبرى لا يعتبر نفسه وحدة اقتصادية ولا يمكن أن يدار هكذا. وفي مؤسسات أخرى يجب أن توصف العملية كذلك بشكل مختلف. ونذهب إلى أبعد من هذا إلى الرعاية الصحية الأمريكية لمحاولة بناء الإدارة في العملية برمتها. فمُنظمة الحفاظ على الصحة محاولة تجريبية أولى مطروحة للنقاش لوضع عملية الرعاية الصحية بأكملها تحت إدارة مشتركة.

فالفكرة الجديدة التي ينبغى على الإدارة أن تبني ذاتها عليها بصفتها النظرية أو التطبيقية هي أن مجال الإدارة ليس قانونيا.

ويجب أن تكون فاعلة، ويجب أن تضم العملية بأكملها. ويجب التركيز على الأداء والنتائج عبر السلسلة الاقتصادية بأكملها.

سادسا: مجال الإدارة يعرف سياسيا

ما زال مفروضا بصفة عامة في قانون الإدارة وتطبيقاتها أن الاقتصاد الوطنى فى عرف الحدود الدولية هو تكيف المشروعات مع الإدارة فى الأعمال التجارية وغير التجارية.

ويشكل هذا الفرض "تعدد الأوطان" التقليدى.

فالمعروف أنه قبل الحرب العالمية الأولى كان قطاع كبير من المنتج العالمى من السلع المصنعة والخدمات المالية متعدد الأوطان كما هو الحال الآن. ومنذ

١٩١٣ والشركات الرائدة فى الصناعة سواء فى التصنيع أو فى الخدمات المصرفية تستمد نصيبا كبيرا من أرباحها من المبيعات خارج أوطانها مثل نصيبها من المبيعات داخل أوطانها. ولكن بما إنها تنتج منتوجات خارج حدود وطنها، فهى تنتج منتوجات داخل حدود دول أخرى.

فمثلا:

كان أكبر موردٍ لمعدات الحرب للجيش الإيطالى أثناء الحرب العالمية الأولى هى شركة صغيرة ولكنها سرعان ما نمت، تسمى فيات فى تورين، وهى التى صنعت جميع السيارات والشاحنات للجيش الإيطالى. وأكبر موردٍ لمعدات الحرب لجيشى النمسا والمجر فى الحرب العالمية الأولى هى كذلك شركة فيات فى فيينا، وهى التى زودت بجميع السيارات والشاحنات الجيشين النمساوى والمجرى. وكانت تكبر الشركة الأم بضعفين أو بثلاثة أضعاف؛ إذ كان اتحاد النمسا والمجر يمثل سوقا أكبر من سوق إيطاليا؛ لأنه يضم تعدادا بشريا أكبر من ناحية، ولأنه كان أكثر تقدما وخاصة فى أجزائه الغربية من ناحية أخرى. وكانت شركة فيات النمسا مملوكة بالكامل لشركة فيات إيطاليا. وفيما عدا التصميمات الواردة من إيطاليا، كانت شركة فيات النمسا مستقلة. فكل ما تستخدم كان مصنوعا أو مشتريا من النمسا، وكل منتجاتها كانت تباع فى النمسا. وكل العاملين فيها حتى المدير التنفيذى كانوا نمساويين. وعندما نشبت الحرب العالمية الأولى وصارت النمسا عدوة لإيطاليا اضطر النمساويون إلى تغيير الحسابات البنكية الخاصة بشركة فيات النمسا، وظلت تعمل بانتظام كما كانت مسبقا.

وحتى الصناعات التقليدية مثل صناعة المركبات ذاتية الحركة والتأمين لم تعد تنظم بالأسلوب السابق.

وإلى عهد قريب كانت شركتا أويل فى ألمانيا وفوكسهول فى المملكة المتحدة التابعتان لشركة جنرال موتورز، شركتين مستقلتين تنتج إحداهما السيارات فى ألمانيا وتبيعها فى قارة أوروبا، بينما تنتج الأخرى سياراتها فى المملكة

المتحدة وتبيعها فيها. والآن تملك شركة جنرال موتورز شركة أوروبية واحدة تقوم بالتصميم والإنتاج والبيع في كل أوروبا وتديرها إدارة أوروبية واحدة. وتنتج شركة جنرال موتورز أوروبا كذلك في أمريكا الجنوبية وفي آسيا، كما تباع في الولايات المتحدة. وتزايدت تصميمات جنرال موتورز أوروبا لصالح جنرال موتورز في جميع أنحاء العالم. وبالتالي، تزايدت تصميمات ومنتجات جنرال موتورز الولايات المتحدة لشركتي جنرال موتورز أوروبا وجنرال موتورز البرازيل وغيرهما. وتزايد تخصيص شركات التأمين العالمية وأكبرها اليوم شركة أليانز الألمانية، نشاطاتها الكبرى مثل تسوية المطالبات والاستثمار فوق كل شيء، بآليات مركزية تعمل لخدمة جميع مجموعات الأعمال التجارية أينما كانت.

ولم تكن صناعات ما بعد الحرب العالمية الثانية مثل صناعة الأدوية أو صناعة الإعلام منظمة في وحدات "وطنية" أو "دولية" مثل جنرال موتورز وأليانز حاليا. وأصبحت تدار بصفتها منظومات عالمية ينظم فيها كل عمل فردي سواء أكان بحثا أو تصميمًا أو هندسة أو إنتاجا أو اختبارا أو تصنيعا أو تسويقا على أساس "دولي" يتجاوز حدود الوطن الواحد.

وتمتلك إحدى شركات الأدوية الكبرى سبع مختبرات في سبع دول مختلفة، يركز كل منها على مجال فسيح واحد مثل المضادات الحيوية؛ ولكن جميعها تدار على أنها "قسم بحوث" واحد ويرسل الجميع تقاريرهم إلى نفس مدير البحوث في الرئاسة العليا. وتملك الشركة ذاتها مصانع للإنتاج في إحدى عشرة دولة يتخصص كل منها تخصصا دقيقا في إنتاج واحد أو اثنين من مجموعات المنتجات الكبرى للتوزيع والبيع في جميع أنحاء العالم. ولها مدير طبي واحد يعين واحدة من الدول الخمس أو الست التي يتم فيها اختبار العقار الجديد. وتتركز تماما إدارة المتيسر للشركة من العملات الأجنبية في موقع واحد للمنظومة بأكملها. والمتاجر الخاصة بالأجهزة الطبية الإلكترونية في شركة جنرال إلكتريك الأمريكية لها ثلاث رئاسات؛ **إحداها** في الولايات

المتحدة و**الثانية** فى اليابان و**الثالثة** فى فرنسا، وكل منها مناط بمجال تقنى كبير على المستوى العالمى والإنتاج الخاص به، مثل منتوجات التصوير كآلات التصوير بأشعة إكس التقليدية أو الأكثر حداثة مثل آلات الموجات فوق الصوتية الحديثة. وكل من الصناعات الثلاث فى عشر دول أو أكثر بكل منها مصنع يورّد بضع أجزاء أساسية لكل المصانع الأخرى حول العالم.

وفى كل المجالات المتعددة الجنسيات تتلاءم الحقيقة الاقتصادية مع الحقيقة السياسية. فالدولة كانت "وحدة العمل التجارى" وفقا للعرف السائد اليوم. وبالمفهوم العابر للحدود، وبصفة متزايدة أيضا بالمفهوم القديم المتعدد الجنسيات، الذى اضطرت الدول إلى أن تنتقل به عبر الحدود، فإن الدولة "مركز للتكلفة". فهو تعقيد أكبر من وحدة التنظيم، ووحدة العمل التجارى ووحدة الاستراتيجية والإنتاج وغير ذلك. (انظر الفصل الثانى: بعض المشكلات البارزة).

ولم تعد الإدارة والحدود الدولية منسجمتين. فلم يعد مجال الإدارة محددًا سياسيًا. فالحدود الدولية ذات أهمية دائمة.

ولكن النظرية الجديدة يجب أن تكون: الحدود الدولية مهمة مبدئيًا بصفتها قيودًا. وممارسة الإدارة فى العمل التجارى وغيره سوف يتزايد توصيفه على أنه عملى أكثر منه سياسى.

سابعًا: الداخل هو ميدان الإدارة

تؤدى جميع نظريات الإدارة التقليدية إلى خلاصة واحدة، مفادها أن داخل المنظمة هو ميدان الإدارة. وتشرح هذه النظرية الفرق الذى لا يُسبر غوره تمامًا بين الإدارة والالتزام.

وفى التطبيق العملى ليس لهذا الفرق وجود. فالمشروع، سواء أكان عملاً تجارياً أو أية مؤسسة أخرى، الذى لا يجدد ولا ينشغل بالالتزام لن يعيش طويلاً.

وأقدم مؤسسة فى العالم هى الكنيسة الرومانية الكاثوليكية. وتعتبر عادة أكثرها محافظة، وتفخر بأنها لا تخضع للتغيير السريع. ولكن، كما يقول أحد المراقبين القدامى، إن أى تغيير كبير فى المجتمع يولد أنظمة دينية جديدة وشديدة الاختلاف فى الكنيسة الرومانية الكاثوليكية؛ مثلما فعل الرهبان من أتباع القديس بينديكت فى القرن الخامس الميلادى، عندما اجتاحت البرابرة الإمبراطورية الرومانية؛ إذ قام الرهبان الفرنسييسكان والدومينيكان، بعدهم بسبعمئة عام بإعادة بناء المدن فى العصور الوسطى؛ كما قام اليسوعيون الجيزويت فى القرن السادس عشر الميلادى بتلبية مطالب الإصلاح البروتستانتى وهكذا. وفى المذهب البرتستانتى كما يقول مؤرخ الكنيسة العظيم ريتشارد نيبوهر (١٩٨٤-١٩٦٢) فى عدة كتب: إن أى تغيير كبير فى المجتمع يؤدى إلى ظهور طوائف دينية بروتستانتية جديدة. فعلى سبيل المثال، أدى ظهور مجتمع المعرفة اليوم إلى الظهور المفاجئ للكنائس الكبيرة المستقلة التى تجذب العمال المعرفيين الجدد من ناحية، وإلى الظهور المفاجئ الواسع الانتشار والمتنامى للعنصرة أى عيد الحصاد عند اليهود الذى يجذب عددا كبيرا من العاملين الأقل تعليما والأعضاء الرجعيين فى المجتمع الحديث من ناحية أخرى.

ويجب أن يبدو واضحا منذ البداية أن الإدارة والالتزام هما بُعدان مختلفان للعمل ذاته. فالمقاول الذى لا يعرف كيف يدير عمله لن يعيش طويلا. والمدير الذى لا يجدد لن يدوم طويلا. والحقيقة التى يناقشها الفصل الثالث أن العمل التجارى وكل منظمة أخرى اليوم يجب أن تكون مصممة على التغيير بناء على معدل، وأن تبدع التغيير لا أن تقوم برد الفعل حياله.

ولكن النشاطات الملتزمة تبدأ من الخارج ثم تركز على الخارج أيضا. وهى لهذا لا تناسب النظريات التقليدية لمجال الإدارة، التى تشرح كيف صار شائعا أن تصير العلاقة بين الإدارة والالتزام صعبة إن لم تكن متضاربة. فآية منظمة تظن بالفعل أن الإدارة والالتزام مختلفان إن لم يكونا متعارضين، سرعان ما تجد ذاتها خارج العمل التجارى.

تضخم التركيز الداخلى على الإدارة كثيرا فى العقود الأخيرة بسبب النهضة فى تقنية الإعلام. فتقنية الإعلام حتى الآن ربما أحدثت بالفعل أضرارا كثيرة للإدارة أكثر من مساعدتها، كما يوضح ذلك الفصل الرابع بعمق أكثر.

والنظرية التقليدية القائلة إن داخل المنظمة هو ميدانها تعنى أن الإدارة يفترض أن تهتم بالجهود إن لم تكن بالتكلفة فقط. فالجهد هو الشيء الوحيد الذى يحيا داخل المنظمة. وبالمثل، كل ما هو داخل المنظمة هو مركز للتكلفة.

ولكن النتائج التى تحققها أية مؤسسة تعيش فقط خارجها.

ومن المفهوم أن الإدارة تبدأ بالاهتمام بداخل المنظمة. وعندما ظهرت المنظمات الكبرى لأول مرة، بالمشروع التجارى حوالى ١٨٧٠ فأولها وأوضحها أن الإدارة فى الداخل كانت تحديا جديدا. ولم يقدم عليها أحد من قبل. وبينما كانت النظرية القائلة إن ميدان الإدارة فى المنظمة هو الداخل، أو على الأقل يشرحها، فاستمرار هذه النظرية لا يعنى شيئا. فهى تناقض فى وظيفة المنظمة وطبيعتها.

ويجب أن تركز الإدارة على النتائج والأداء فى المنظمة. فالواجب الأول للمنظمة حقا هو تعريف النتائج والأداء فى منظمة ما. وهذا، كما ثبت ممن عملوا فى مجالها فى حد ذاته، واحد من أصعب الأمور وأكثرها إثارة للجدل، ولكنه كذلك واحد من أهم الواجبات. ولهذا فوظيفة الإدارة المحددة هى تنظيم الموارد للمنظمة لتحقيق النتائج خارج المنظمة.

ولهذا فالنظرية الجديدة - والأصل فى النموذج الجديد للإدارة بصفتها قانونا وتطبيقا تستند إليها - هى:

إن الإدارة توجد من أجل تحقيق نتائج للمؤسسة. ويجب أن تبدأ بالنتائج المطلوب تحقيقها؛ ويتعين عليها أن تنظم الموارد الكفيلة بتحقيق هذه النتائج للمؤسسة. وهى العنصر الذى يجعل المؤسسة، سواء أكانت عملا تجاريا أو كنيسة أو جامعة أو مستشفى أو ملجأ لإيواء المنحرفات خلقيا، قادرة على تحقيق نتائج خارج نطاقها.

الخلاصة

هذا الفصل حاول عن قصد ألا يعطى إجابات، بل حاول أن يثير الأسئلة. ويشكل الأساس لكل ذلك بُعد النظر. فمركز المجتمع الحديث والاقتصاد والمجتمع ليست التقنية، وليست المعلومات، وليست الإنتاجية؛ بل هي المؤسسة التي تدار كعضو في المجتمع يحقق النتائج المنشودة. وإن الإدارة هي الأداة المحددة وهي الوظيفة المحددة، وهي الوسيلة المحددة التي تجعل المؤسسة قادرة على تحقيق النتائج. وهذا بالتالي يتطلب نموذجاً جديداً نهائياً للإدارة:

ففكرة الإدارة ومسئولياتها هما كل ما يؤثر على الأداء في المؤسسة، سواء أكان داخلها أو خارجها وسواء أكان تحت سيطرتها أو تجاوزها.

الفصل الثانى

الاستراتيجية والحقائق المؤكدة الجديدة

لماذا الاستراتيجية. معدل المواليد المتدهور. توزيع الدخل. صناعات التنمية الحالية. تعريف الأداء. المنافسة العالمية. التناظر المتزايد بين الحقيقة الاقتصادية والحقيقة السياسية.

مقدمة

لماذا الاستراتيجية؟

كل منظمة تعمل بموجب نظرية فى الأعمال التجارية(*) أى مجموعة من الافتراضات عن هوية هذا العمل التجارى، وعن أهدافه، وكيف تحدد النتائج، وعن يكونوا عملاؤها وما هو تقييم العملاء لما يشتررون.

حوّلت الخطة العامة الاستراتيجية هذه النظرية إلى أداء. وهدفها هو تمكين المنظمة من تحقيق نتائجها المرجوة فى بيئة لا يمكن التنبؤ بها؛ لأن الاستراتيجية تسمح للمنظمة بأن تكون عن قصد انتهازية للفرص.

والاستراتيجية كذلك اختبار لنظرية العمل التجارى. فإذا فشلت الاستراتيجية فى تحقيق النتائج المطلوبة، فإن هذا هو الدليل الأول الخطير الدال على أن نظرية العمل التجارى فى حاجة إلى إعادة النظر فيها. وإذا تحقق نجاح غير متوقع فإن ذلك يصبح كذلك الدليل الأول على أن نظرية العمل التجارى فى حاجة إلى إعادة التفكير فيها. والحقيقة، إن ما يسمى "بالفرصة" يمكن تقريرها فقط إذا كانت هناك

(*) انظر الفصل الأول "نظرية العمل التجارى" فى كتاب **بيتر دروكر يكتب عن المهنة فى الإدارة**، (كيمبريدج، ماس: مطبعة المدرسة التجارية بهارفارد، ١٩٩٨).

استراتيجية؛ وإلا لما كانت هناك طريقة تفيد بالتقدم الأصلي الذى تحققه المنظمة لتحقيق أهدافها المنشودة، ومدى الانحراف والتمزق فى الموارد.

ولكن ما هى القواعد التى تستند إليها الاستراتيجية فى فترة من التغير السريع والشك، مثل تلك التى يواجهها العالم فى نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادى والعشرين؟ وهل هناك أية افتراضات تُبنى عليها الاستراتيجيات فى المنظمة وخاصة فى العمل التجارى؟ هل هناك حقائق مؤكدة؟

هناك بحق خمس ظواهر يمكن اعتبارها حقائق مؤكدة. وهى تختلف عن أية ظواهر تضعها الاستراتيجية حالياً فى الاعتبار. وفوق كل شىء ليست بالضرورة اقتصادية. فهى فى المقام الأول اجتماعية وسياسية.

وهذه الظواهر الخمس هى:

١- معدل المواليد المتدهور فى العالم المتقدم.

٢- التحولات فى توزيع الدخل المتيسر.

٣- تعريف الأداء.

٤- المنافسة العالمية.

٥- التنافر المتزايد بين العولة الاقتصادية والتمزق السياسى.

أولاً: معدل المواليد المتدهور

وأهم هذه الحقائق الفريدة التى ليست لها سابقة فى التاريخ، هى معدل المواليد المتدهور فى العالم المتقدم. ففي غربى ووسط أوروبا وفى اليابان هبط معدل المواليد دون المعدل المطلوب لإعادة بناء التعداد السكانى؛ أى دون ٢,١ من المواليد الأحياء بالنسبة للنساء فى سن الخصوبة.

وفى بعض أقاليم إيطاليا الثرية على سبيل المثال، فى بولونيا، هبط معدل المواليد فى عام ١٩٩٩ بنحو ٠,٨، وفى اليابان ١,٣. والحقيقة إن اليابان وجميع دول

جنوبى أوروبا مثل البرتغال وإسبانيا وجنوبى فرنسا وإيطاليا واليونان، ستنجرف نحو تيار الانتحار الوطنى الجماعى عند نهاية القرن الحادى والعشرين. وحينئذ سوف يصل تعداد إيطاليا البالغ حاليا ٦٠ مليون نسمة على سبيل المثال إلى أقل من ٢٠ أو ٢٢ مليون نسمة؛ وكذلك اليابان البالغ تعدادها الآن ١٢٥ مليون نسمة سوف يصل إلى أقل من ٥٠ أو ٥٥ مليون نسمة. ولكن حتى فى غربى وشمالى أوروبا يهبط التعداد بنسبة ١,٥ والهبوط فى تزايد.

ولكن فى الولايات المتحدة كذلك يبلغ معدل المواليد الآن أدنى من ٢ ويميل إلى الهبوط بانتظام. وهو مرتفع حاليا بسبب الأعداد الكبيرة من المهاجرين إليها، الذين لا يزالون بالنسبة للجيل الأول يميلون إلى الإبقاء على معدل المواليد العالى الذى اعتادوه فى وطنهم الأصلى مثل المكسيك.

وفى اليابان وفى جنوبى أوروبا يتسنى التعداد السكانى الذروة كما هو فى ألمانيا. وفى الولايات المتحدة يظل ينمو لمدة ٢٠ أو ٢٥ عاما، رغم أن النمو الكلى بعد عام ٢٠١٥ سوف يكون فى المواطنين الذين تتراوح أعمارهم بين ٥٥ عاما وأكثر.

ولكن الأهم من الأعداد المطلقة هو توزيع الأعمار بين السكان. فبحلول عام ٢٠٨٠ سيكون توزيع الأعمار بين العشرين مليونا فى إيطاليا كالتى: عدد ضئيل جدا سيكون تحت سن الخامسة عشرة وعدد كبير جدا يبلغ حوالى ثلث التعداد السكانى ستتجاوز أعمارهم الستين. والتفاوت فى اليابان بين الشباب وبين من تتجاوز أعمارهم سن التقاعد التقليدى سوف يكون بالمثل كبيرا إن لم يكن أكبر. وفى الولايات المتحدة يتزايد ببطء شديد عدد الشباب عن عدد الكبار الذين تجاوزوا سن التقاعد التقليدى. ولا يزال عدد الشباب حتى عام ٢٠١٥ يتزايد بأعداد كبيرة فى الولايات المتحدة، ولكنه من المحتمل أن ينحدر بسرعة كبيرة.

وربما يتغير معدل المواليد، وقد يكون ذلك سريعا جدا كما حدث فى التجربة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية. ولكن حتى إذا ارتفع معدل المواليد فى العالم المتقدم بشدة، فسوف يستغرق ذلك حوالى عشرين عاما حتى يبلغ المواليد السن الذى

ينضمون فيه إلى القوى العاملة. وليس هناك ما يمنع الهبوط السريع في القوى العاملة ذات العمر التقليدي، سوى الهجرة الجماعية غير المسبوقة، للأعمار دون الستين أو الخامسة والستين في الدول المتقدمة، وفي الولايات المتحدة بعد عام ٢٠٢٥ تقريبا، وأبكر من ذلك في بقية دول العالم المتقدم.

وليست هنا سابقة لهذا الموضوع. وربما كان معدل المواليد في جزء من الإمبراطورية الرومانية هابطا بعد عام ٢٠٠ أو ٢٥٠ الميلادية، ولكن بطبيعة الحال ليست هناك أرقام إحصائية. وفوق كل هذا لم تكن هناك سابقة لبناء التعداد السكاني حيث تفوق أعمار السكان الكبار الذين تجاوزوا سن التقاعد أعمار الشباب، كما هو واقع الآن في أجزاء من دول أوروبا، وكما سوف يحدث في منتصف القرن الحادي والعشرين في الدول المتقدمة.

ومنذ مائتي سنة على أقل تقدير كانت جميع المؤسسات في العالم الحديث وخاصة جميع الأعمال التجارية تفترض معدلا منتظما للنمو السكاني. وفي الغرب ظل التعداد السكاني يتزايد منذ عام ١٤٠٠. ومنذ عام ١٧٠٠ وما بعده تزايد التعداد سريعا حتى بعد الحرب العالمية الثانية. وبدأ النمو السكاني في اليابان في حوالي عام ١٦٠٠ أي بعد نهاية الحروب الأهلية؛ ثم تسارع في النمو في حوالي عام ١٨٠٠ واستمر هكذا حتى بعد الحرب العالمية الثانية. وفي الدول المتقدمة ينبغي أن تُبنى الخطة الاستراتيجية لجميع المؤسسات من الآن فصاعدا على النظرية المختلفة تماما عن التعداد السكاني المتناقص وخاصة عن التناقص في الشباب.

وليست مشكلة كبار السن من السكان التي شغلت رجال الاقتصاد والسياسة والجماهير في جميع الدول النامية، شيئا جديدا. فمتوسط العمر المتوقع تزايد منذ القرن الثامن عشر وبالتأكيد منذ القرن التاسع عشر في الدول المتقدمة. ولم تكن تتزايد سريعا في الخمسين سنة الأخيرة بأكثر من تزايدها في المائة والخمسين سنة الماضية. ونعرف كذلك كيف نعالج هذه المشكلة، ومن الصعب والمؤلم والمضطرب وعلى غير ما يود الناس أن نؤكد هذا. ولكن أثناء العشرين أو الثلاثين سنة القادمة سوف

يرتفع سن التقاعد فى الدول المتقدمة ليصبح حوالى التاسعة والسبعين، أو نحو ذلك. فسن التاسعة والسبعين فى مجال متوسط العمر المتوقع من الصحة والحياة يماثل سن الخامسة والستين فى عام ١٩٣٦، حينما طبقت الولايات المتحدة، وهى آخر دولة غربية تُقدم على ذلك، الخطة الوطنية للتقاعد (الأمن الاجتماعى).

وبالمثل، ليس هناك جديد فى النمو السكانى فى العالم الثالث. فهو يتوازى مع النمو السكانى فى الدول المتقدمة قبل مائة عام، وإن كان أسرع بنسبة ضئيلة. ويتباطأ النمو السكانى فى معظم دول العالم الثالث بالسرعة التى تجعلنا نتوقع بما يشبه التأكيد أن يتوقف عن الصعود أو الهبوط حتى يصل إلى نقطة الأزمة فيما عدا الهند. والمفهوم فى مجال المواد الغذائية والمواد الخام أنها لا تواجه أزمة كبيرة. ونعرف أن الماء العذب والهواء النقى سوف يتعرضان لمشكلات هائلة، وأن التعداد السكانى والبيئة سوف يوضعان فى الميزان. ولكن ذلك أيضا لا يشكل مشكلة كما يظن كثير من الناس. ففى بعض المناطق فى أوروبا، مثل منطقة الروهر فى ألمانيا، حدثت مشكلة فى القرن العشرين، وتمت مواجهتها وحلها بطريقة مُرضية.

وما سوف نكرر أنه غير مسبوق تماما، هو انهيار معدل المواليد فى الدول المتقدمة.

وهناك بعض التوقعات الواضحة المعالم.

١- فى العشرين أو الثلاثين سنة القادمة سوف يتحكم علم الإحصاء للتعداد السكانى فى السياسة فى الدول المتقدمة. وسوف تكون السياسة حتما ذات اضطراب كبير. وليست هناك دولة مستعدة لمواجهة الأزمة. والحقيقة، إن الطوائف والأحزاب السياسية فى أية دولة ليست مصطفة حول القضايا التى يتمخض عنها الإحصاء السكانى. فهل يعتبر تمديد سن التقاعد "يمينا" أو "يسارا"؟ وهل يعتبر تشجيع كبار السن على الاستمرار فى العمل بعد عمر الستين بإعفاء جزء أو كل ما يحصلون من دخل عملا "تقدما" أو "رجعيا"، "تحرريا" أو "محافظا"؟

ولكن قضية الهجرة سوف تكون محبطة أو أكثر من ذلك سياسيا. فالاضمحلال السكاني فى الدول المتقدمة والثرية يصاحبه نمو سكاني فى معظم الدول الفقيرة المجاورة لها من العالم الثالث. وفى حالة الولايات المتحدة تجاورها أمريكا الوسطى ودول البحر الكاريبى؛ وفى حالة جنوبى أوروبا تواجهها دول شمالى أفريقيا؛ وفى حالة ألمانيا تجاورها روسيا المعتبرة من العالم الثالث؛ وفى حالة اليابان تحيط بها الفيلبين وإندونيسيا ودول جنوب شرقى آسيا. ومقاومة ضغط الهجرة يماثل تماما مقاومة قانون الجاذبية. وليست هناك قضية ملتهبة أكثر من الهجرة على نطاق واسع، وخاصة من الدول ذات الحضارات والديانات المختلفة. ويحتمل أن ينال الاضطراب كثيرا ويعنف من اليابان؛ نظرا إلى إنها لا يزال لديها أقل عمر للتقاعد من جانب، وإن سوق العمل فيها جامد تماما ليس فيه مرونة من جانب آخر؛ كما إن اليابان لم يسبق لها فى تاريخها المسجل أن سمحت بالهجرة على أية حال. وبالعكس، سوف تكون المشكلة أقل حدة فى الولايات المتحدة، نظرا إلى إنها دولة من المهاجرين، وإن لديها أكثر أسواق العمل مرونة. ولكن حتى فى الولايات المتحدة ترتبط التغيرات فى التوزيع السكانى بظهور مشاعر سياسية هائلة تثير حولها تماما تحولات سياسية غير مسبقة.

٢- وفى العشرين أو الثلاثين سنة القادمة لا يحتمل أن تكون فى الدول المتقدمة سياسة ثابتة أو حكومة قوية. فعدم استقرار الحكومة سوف يكون نموذجا سائدا.

٣- سوف تعنى "الإحالة إلى التقاعد" شيئين مختلفين. فمن المحتمل أن يستمر العرف السائد عن "الإحالة المبكرة للتقاعد". وهذا لا يعنى أن يتوقف الشخص المحال إلى التقاعد عن العمل؛ بل يعنى أن يتوقف الشخص عن العمل كل الوقت، أو أن يعمل موظفا فى إحدى المنظمات طوال السنة بدلا من أن يعمل بضع شهور على فترات متفرقة. فالعلاقات التقليدية فى العمل بين العلاقات الأكثر جمودا والأشد انتظاما، يحتمل أن تكون متغيرة الخواص ومرونة بشكل متزايد، بالنسبة لكبار السن على الأقل (انظر كذلك الفصلين الأول والسادس).

وسوف تتزايد هذه الحالة نظراً إلى أن مركز الجاذبية في تعداد كبار السن ينتقل من العمال اليدويين إلى العاملين الذين لم يسبق لهم العمل بأيديهم وخاصة عمال المعرفة، وهو الانتقال الذي سيبدأ في الولايات المتحدة حوالى عام ٢٠١٠ عندما يبلغ الأطفال الذين ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية بأعلى معدل مواليد - الذى بدأ في عام ١٩٤٨ - سن التقاعد التقليدى. فهؤلاء الأطفال هم أول جيل في تاريخ البشرية لم يعمل معظمهم في العمل اليدوى بل تضاعف عددهم في العمل المعرفى. وهم بهذا أيضا أول جيل في تاريخ البشرية لم ينهكه العمل اليدوى بعد ثلاثين أو أربعين عاما من العمل طول الوقت، ولم يفت في عضده العمل اليدوى، ولكنه في الغالب الأعم قادر تماما على العمل ببدنه وب عقله.

ويحتاج الأمر حاليا في كل من أوروبا واليابان إلى التجديدات الهائلة في العمل والعمالة. وفي الولايات المتحدة ربما لا يزال هناك عدد كاف من الشباب القادر على تأجيل التغيرات الجذرية حتى حوالى عام ٢٠١٠. ولكن الاحتمال الأكبر أن تتطور علاقات العمل الجديدة أولا في الولايات المتحدة، نظرا لأسواق العمل الأكثر مرونة والأقل قيودا، والتجريب التقليدى الشائع بين أصحاب العمل الفردى والعاملين الفرادى كذلك.

ولهذا ففي الولايات المتحدة يجب أن تبدأ منظمات العمل، وليست فقط الأعمال التجارية، وبأسرع ما يمكن بتجريب علاقات العمل الجديدة مع كبار السن، وخاصة العاملين المعرفيين منهم. فالمنظمة التى نجحت في أول الأمر في جذب العمال المعرفيين الذين تجاوزوا سن التقاعد والتمسك بهم وجعلهم منتجين تماما، سوف تجنى ثمارا تنافسية هائلة. وعلى أية حال يجب أن تُبنى الخطة العامة الاستراتيجية لأية منظمة على نظرية مفادها إن جزءا كبيرا ومتزايدا من العمل بما فيها بعض الأعمال الأكثر أهمية يجب أن تتم في العشرين أو الثلاثين سنة القادمة بمعرفة عاملين تجاوزوا سن العمل التقليدى ولم يكونوا ولن يكونوا "مديرين تنفيذيين" ولا "مرؤوسين" بالمفهوم التقليدى؛ وليسوا عاملين طوال الوقت، بل حضروا ليعملوا في مكتب الشركة كل يوم.

٤- والتوقع النهائى هو أنه فى الدول المتقدمة نرى أن الإنتاجية لجميع العاملين - سواء أكانوا يعملون الوقت كله أو جزءا منه، وخاصة العاملين المعرفيين - يجب أن تزيد بسرعة كبيرة (انظر الفصل الخامس) وإلا فقدت الدولة وكل المنظمات العاملة بها موقعها واتجهت إلى الفقر باستمرار.

ولكن ما هى التوقعات بالنسبة لشركة فردية فى إحدى الدول المتقدمة؟

والسؤال الأول يدور حول النمو المطرد فى عدد كبار السن الذين يستمرون فى إمداد فرص السوق وإلى متى؟ فكبار السن فى جميع الدول المتقدمة صاروا أكثر المجموعات تمتعا بالرخاء فى المجتمع، بالدخل الذى يتقاضون بعد تقاعدهم والذى يفوق بكثير دخول العاملين قبل سن التقاعد. وسوف تتزايد أعدادهم باستمرار. ولكن هل يظل دخلهم مرتفعا أم يتعرض للهبوط؟ وهل يستمرون فى الإنفاق بحرية مثلما كانوا يفعلون؟ وأكبر علامة استفهام: هل تستمر لديهم الرغبة فى البقاء "شبابا" وينفقون ما يتناسب مع هذه الرغبة؟ والجواب لهذه الأسئلة يشكل بقدر كبير سوق المستهلك فى الدول المتقدمة متضمنا الاقتصاد كذلك.

وماذا يعنى تقلص عدد الشباب وخاصة من الأعمار تحت الثمانية عشر، أى الرضع والأطفال والمراهقين، بالنسبة للاقتصاد والمتاجر الفردية. فهل يعنى ذلك تهديدا؟ أم تعنى كذلك فرصة لإنشاء مؤسسة بذاتها؟

فوجود عدد قليل من الأطفال يمكن النظر إليه على أنه فرصة سانحة لرفع مستوى المدارس فى كل مكان. وحتى الآن تعتبر اليابان الدولة الوحيدة التى تدرك أن العنصر الحاسم فى رفع كفاءة الدولة فى الأداء، هو تعليم الطفل الصغير، ولهذا يحظى المدرس فى المدارس الابتدائية بالاهتمام البالغ فى المؤسسة التعليمية ويحتاج إلى أفضل المعاملات وأكثر الاحترام وأرفع الأجور.

وحتى بالنسبة للعامل التجارى الذى يكسب قوته من صنع سلع للأطفال الصغار، فإن معدل المواليد المتدهور ربما يكون فرصة سانحة له. فمما يمكن إدراكه

أن قلة عدد الأطفال ترفع من قدر الطفل حتى يصبح أكثر قيمة ويُخصَّص له النصيب الأوفر من الدخل المتيسر للأسرة.

حدث ذلك بوضوح فى دولة واحدة وضعت أحد أهدافها الوطنية تناقص عدد المواليد، وهى الصين. فالسياسة الصينية التى تحدد عدد الأطفال بواحد لكل أسرة، طبقت ذلك بفاعلية فى المدن الكبرى بالصين، حيث اقتصر عدد الأطفال على واحد فى الغالبية العظمى للأسرة. وهناك عدد كبير من الأسر رغم فقرها تغدق فى الإنفاق على الطفل الوحيد أكثر مما كانت تنفق على ثلاثة أو أربعة أطفال. وهناك علامات فى كل من ألمانيا وإيطاليا تدل على معاملة متماثلة، وحتى فى الولايات المتحدة فإن الأسرة من الطبقة المتوسطة حيث يهبط فيها معدل المواليد، تنفق بسخاء أوفر على عدد الأطفال الأقل. وتحقق هذا باستغلال شركة ماتيل هذا النجاح الهائل بإنتاج لعب الأطفال الباهظة الثمن: باربى.

ولانهيار معدل المواليد توقعات سياسية واجتماعية هائلة لا يمكن التنبؤ بها اليوم؛ ولكنها بالتأكيد سوف تكون لها نتائج اقتصادية وتجارية كذلك، يمكن كشف بعضها كما يمكن اختبار البعض الآخر. وفوق كل هذا، فأي تخطيط استراتيجى بمعنى أى التزام بالموارد الحالية من أجل التوقعات المستقبلية يجب أن يبدأ بإحصاء التعداد السكانى، وخاصة بمعدل المواليد المتدهور فى العالم المتقدم. وهذا هو أكثر التطورات إثارة للعجب؛ وهو الشئ الذى لم يتوقعه أحد ولم يسبق حدوثه على الإطلاق.

ثانيا- توزيع الدخل

تُمَثِّل التحويلات فى الأنصبة من الدخل المتيسر فى أهميتها التحويلات فى التعداد السكانى، رغم أنها لا تُلْقَى فى العادة إلا قليلا من الاهتمام. ومن المحتمل إن لم يكن من المؤكد أن تحدث تحولات جذرية مثل تحولات التعداد السكانى خلال العقود الأولى من القرن الحادى والعشرين.

وأصبحت الأعمال التجارية والصناعات ذات وعى أكبر بموقف أسواقها: وتتعامل بالأرقام فى مبيعاتها وتذكر ما إذا كانت مبيعاتها فى صعود أو هبوط. ويعرف كل منها إذا كان ينمو فى الحجم أو لا. ولكن فى الواقع لا يعلم أحد الرقم ذا الأهمية حقا فى نصيب عملائه، سواء أكانوا مؤسسات أو متاجر أو عملاء نهائين، من الدخل المتيسر الذى يُنفق على منتوجاته أو خدماته التى ينتجها ويبيعها. وفى الواقع لا يعلم أحد إذا كانت الأنصبة صاعدة أم هابطة.

والأنصبة من الدخل المتيسر هى الأساس فى جميع المعلومات الاقتصادية. وهى فى المقام الأول من بين جميع المعلومات الخارجية الأيسر عادة فى الحصول عليها (انظر الفصل الرابع). وهى كذلك عادة القاعدة التى تُبنى عليها الخطط الاستراتيجية. فمن المسلم به كقاعدة أن التوجهات فى توزيع الدخل المتيسر نحو فئة معينة من المنتوجات أو فئة معينة من الخدمات تميل منذ نشأتها إلى أن تدوم فترة طويلة من الزمن؛ فهى عادة منيعة حتى فى دائرة الأعمال التجارية.

ولهذا السبب فهناك بعض التغيرات الأكثر أهمية فى إحدى المؤسسات عن التغيرات فى التوجهات. وبنفس القدر من الأهمية يصير التغير داخل التوجهات ذاتها أى التحول من نوع من المنتوجات أو الخدمات إلى نوع آخر أو خدمة أخرى داخل الفئة ذاتها.

وفى أثناء العقود الأولى من القرن الحادى والعشرين سوف تحدث تغيرات فى التوجهات وتغيرات داخل هذه التوجهات. إلا أن المديرين التنفيذيين وخبراء الاقتصاد لا يغيرون توزيع الأنصبة من الدخل المتيسر اهتماما كبيرا. والحقيقة أن معظمهم يجهلون ذلك.

ويعتقد خبراء الاقتصاد والأغلبية الساحقة من مديرى التنفيذ فى المتاجر على سبيل المثال، أن التوسع الاقتصادى الهائل فى القرن العشرين قاده قوى اقتصادية. وعلى العكس، لم يكن النصيب من الدخل المتيسر المخصص

لإشباع الحاجات الاقتصادية يهبط بانتظام أثناء هذا القرن فى جميع الدول المتقدمة.

وكانت قطاعات النمو الأربعة فى القرن العشرين هى على التوالى:

• الحكومة

• الرعاية الصحية

• التعليم

• وقت الفراغ

وربما كان وقت الفراغ هو الذى يلقى توسعا هائلا فى الإنتاجية الاقتصادية يماثل التوسع فى القطاعات الثلاث الأخرى مجتمعة.

ففى عام ١٩٠٠ كانت الغالبية العظمى من الناس فى الدول المتقدمة لا تزال تعمل ستين ساعة على الأقل فى الأسبوع، وواحدا وخمسين أسبوعا فى السنة، مع ثمانية أيام إجازة فى السنة، وستة أيام عمل فى الأسبوع. وبحلول نهاية القرن كانت الغالبية العظمى تعمل أقل من أربعين ساعة فى الأسبوع، وفى ألمانيا أربعا وثلاثين أو خمسا وثلاثين ساعة، وفى الولايات المتحدة سبعة وأربعين أسبوعا فى السنة، أى بحوالى إثنى عشر يوما إجازة فى السنة، وخمسة أيام فى الأسبوع، بتخفيض يتراوح من ثلاث آلاف ساعة فى السنة إلى أقل من ألف وخمسمائة ساعة فى ألمانيا، وحتى ١٨٥٠ ساعة فى الولايات المتحدة أكثر الدول المتقدمة مشقة فى العمل.

ومن قطاعات النمو الأربعة هذه فى القرن العشرين، ربما كانت الحكومة أكثرها تأثيرا على توزيع الدخل المتيسر؛ ليس بسبب أنها مشتر ومستخدم كبير للمنتوجات والخدمات، فيما عدا فى وقت الحرب حيث تكون أكبر الحكومات مستهلكا هامشيا؛ بل لأن الوظيفة الاقتصادية الرئيسة للحكومة فى الدول المتقدمة هى إعادة توزيع ما بين

٣٠٪ و ٥٠٪ من الدخل الوطنى للدولة. وليس هناك شىء آخر ذو أثر كبير على توزيع الأنصبة من الدخل الوطنى مثل التغيرات فى سياسة الحكومة.

وقطاعات النمو الثلاثة الأخرى وهى الرعاية الصحية والتعليم ووقت الفراغ كلها مستخدمون كبار للمنتوجات والخدمات، وذلك بالنسبة للسلع المادية. ولكن لا أحد منها يزود بالمواد، وهذا يعنى إشباع الحاجات الاقتصادية.

والقطاعات الأربعة ليست فى "السوق الحرة" ولا تتصرف طبقا لقواعد الاقتصاد من العرض والطلب، وليست بالتحديد ذات "حساسية فى الأسعار"، وكلها مجتمعة لا تناسب نموذج الاقتصاد أو تتصرف طبقا للنظريات الاقتصادية.

ولكنها مجتمعة صحيحة فى نصف الاقتصاد المتقدم حتى أكثرها تطبيقا "للرأسمالية".

وتوجهات هذه القطاعات الأربعة لهذا هى أول ما تضعها الخطط الاستراتيجية فى الاعتبار. وكل هذه القطاعات الأربعة من المؤكد أنها تتغير جذريا فى العقود القادمة.

والحكومة فى شكلها التقليدى بصفتها الجامع الذى يعيد توزيع الدخل الوطنى، يُفترض أنه توقف عن النمو، رغم أن الأرقام حتى الآن وخاصة فى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة لا تؤيد هذه الفكرة. ولكن الحكومات فى جميع الدول المتقدمة رغم كل أعمال "الخصخصة" تكتسب بسرعة أدوات جديدة وقوية جدا للتأثير، إذا لم تكن للسيطرة، على التوزيع للدخل المتيسر على شكل تعليمات جديدة للسيطرة على الموارد الاقتصادية وتوجيهها نحو أهداف جديدة كالبيئة مثلا. فالتخطيط الاستراتيجى لهذا عليه ان يعتبر الحكومة اهتمامه الأول فى الصناعة أو فى استراتيجية الشركة.

وبالمقارنة، فإن وقت الفراغ قطاع "ناضج" وربما كان "هابطا". ففى الدول المتقدمة ربما نكون فى نهاية فترة التخفيض المنتظم لساعات العمل الأسبوعية. والحقيقة إن هذه علامات دالة على أن ساعات العمل سوف ترتفع ثانية، وخاصة فى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة. وسوق وقت الفراغ هو الثانى فى القرن العشرين

بعد سوق التسليح فى سرعة النمو. وهو يدل دلالات واضحة على أنه هابط، وهو سريع فى زيادة المنافسة على الوقت، أى فى "القوة الشرائية" لسوق وقت الفراغ؛ وذو هوامش أرباح هابطة بشدة، ويقل فيه التفاضل رويدا رويدا بين الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الفيديو والكاسيت والتسجيلات فى تلفاز المنزل.

ويجب أن يستمر قطاعا الرعاية الصحية والتعليم فى كونهما "قطاعى نمو" كبيرين، ويؤكد علم الإحصاء السكانى منطق هذه الحقيقة.

ولكن من المؤكد أن كليهما سيخضع لتحولات كبيرة داخل القطاع، مثل التحول السابق دراسته من التدريس فى المدارس للصغار إلى التعليم المستمر فى المدارس الثانوية للبالغين من العمال المعرفيين. وربما كانت التحولات فى الرعاية الصحية الموضحة أمامنا فى كل دولة متقدمة ستحدث حتى بأشد وأسرع مما هى عليه الآن.

فماذا تعنى هذه التطورات التى حدثت فى القرن العشرين فى قطاعات النمو بالنسبة للتخطيط الاستراتيجى فى القرن الحادى والعشرين فى مؤسسة بذاتها سواء أكانت متجرا أو جامعة أو مستشفى أو كنيسة؟

وتحتاج الإجابة على هذا السؤال أولا إلى التعريف بماذا يجعل هذه الصناعة صناعة "نمو" أو صناعة "نضوج" أو صناعة "اضمحلال". فصناعة النمو هى الصناعة التى يكون الطلب على منتوجاتها سواء أكانت سلعا أو خدمات ينمو أسرع من الدخل الوطنى و/أو التعداد السكانى. والصناعة التى يكون الطلب على منتوجاتها أو خدماتها ينمو بنفس السرعة التى ينمو بها الدخل الوطنى و/أو التعداد السكانى هى صناعة "نضوج". والصناعة التى يكون الطلب على منتوجاتها أو خدماتها ينمو بسرعة أقل من الدخل الوطنى و/أو التعداد السكانى هى صناعة "اضمحلال"، حتى ولو كان حجم مبيعاتها المطلقة لا يزال مستمرا فى النمو.

فصناعة سيارات الركوب فى العالم على سبيل المثال كانت صناعة اضمحلال فى الثلاثين أو الأربعين سنة الماضية. وكانت حتى عام ١٩٦٠ أو ربما ١٩٧٠

صناعة نمو. وبحلول هذا الوقت كانت كل من أوروبا واليابان مشبعة تماما بالسيارات. فجملة المبيعات من سيارات الركوب فى العالم لا تزال تنمو، رغم أنه نمو بطئ. ولكنها تنمو بسرعة أقل من الدخل الوطنى أو التعداد السكانى.

وبالمثل، فممنذ الحرب العالمية الأولى وربما منذ عام ١٩٠٠ ظل نصيب الدخل الوطنى فى الدول المتقدمة، بل وفى الاقتصادى العالمى كله الذى ينفق على جميع أنواع السلع، يتناقص بانتظام بمعدل نصف الواحد فى المائة فى السنة فيما عدا أوقات الحروب. وكان هذا صحيحا بالنسبة للمواد الغذائية والمواد الصناعية الخام. وهذا يعنى أن أسعار جميع السلع منذ عام ١٩٠٠ مالت إلى الهبوط على امتداد أية فترة زمنية.

وما زال الاتجاه يميل إلى الهبوط.

وربما تحولت صناعات النضوج والاضمحلال مرة ثانية إلى صناعات نمو.

وربما كان ذلك هو الحال فى الصناعات التى تنتج آلات النقل مثل القاطرات الجرارة فى السكك الحديدية ومعدات بناء الطرق. وكانت مرافق النقل والبنية التحتية الموجودة فى الدول المتقدمة مهمة بشكل كبير. وفى دول العالم الناهض والعالم الثالث ظلت عقودا دون الحاجة الاقتصادية والتعداد السكانى، وربما كانت الصين مثالا واضحا لذلك. فهل يؤدى ذلك إلى طفرة ازدهار فى وسائل النقل مثل تلك التى أحدثها الازدهار الاقتصادى فى منتصف القرن التاسع عشر؟ وهناك مؤشرات قليلة تدل على ذلك حتى الآن، ولكن أحد هذه التوجهات يجب النظر إليه.

وأكرر إن هناك أمورا قليلة ولكنها ذات أهمية للتخطيط الاستراتيجى سواء أكانت تهديدا أو فرصا تماثل التحول فى التوجهات فى أنصبة الدخل المتيسر التى يحدثها هذا التحول.

صناعات التنمية الحالية

فما هي صناعات التنمية الحالية وماذا نتعلم منها؟

لم تكن صناعة الإعلام هي أسرع الصناعات نموا في العالم وليست أكثرها ازدهارا في الثلاثين سنة التي أنهت القرن العشرين؛ بل كانت الخدمات المصرفية، التي لم يكن لها مثيل من قبل، حيث كانت الخدمات الفردية توفر فائضا في الدول المتقدمة من العمليات المالية تفيد المسنين في صرف معاش التقاعد. ويشكل التغير في توزيع التعداد السكاني السالف ذكره في هذا الفصل الأساس في هذه الخدمات المصرفية الجديدة.

وتزايد يقين الطبقة الوسطى من الناس التي تزايدت حديثا ممن لا يعملون بأيديهم بل يعملون في مجالات المعرفة أو الخدمات عندما يبلغون سن الخامسة والأربعين أو الخمسين بأن مرتب التقاعد القائم حاليا لن يكون كافيا لإنفاقهم عندما يبلغون من الكبر عتيا. وبناء على هذا بدأ الناس في سن الخامسة والأربعين أو الخمسين يبحثون عن استثمارات تضمن لهم تأمينا ماليا في الثلاثين سنة القادمة.

وصناعة النمو الجديدة هذه تختلف كثيرا عن الصناعة المالية التقليدية مثل "البنوك المتحدة" ج.ب مورجان وسيتي بنك وجولدمان ساكس. ولم يكن المستثمرون الجدد يهتمون في أول الأمر "بجمع المال" أو "بالصفقات"، بل وجهوا جل اهتمامهم لادخار المبلغ المحدود في حوزتهم ليكون وسادة يتكئون عليها في سنوات تقاعدهم. وجنت المؤسسات التي نشأت أرباحا طائلة مثل صناديق الاستثمار التعاونية وصناديق المعاشات التقاعدية وشركات الوساطة المالية (السمسرة) في الولايات المتحدة أولا ثم في المملكة المتحدة وتزايدت في أسواق القارة الأوروبية واليابان.

ولم يدرك معظم "العمالقة" المصرفيين التقليديين أن وسائل "الخدمات المالية" قد تغيرت، بل رأوا فقط أن "المالية" كان لها النصيب الأوفر من الدخل المتيسر في الدول المتقدمة. ولهذا قاموا بسرعة بالتوسع في خدماتهم

التقليدية "الموحدة"، ولكن الواقع أن النصيب من هذه الخدمات المصرفية التقليدية مثل قروض الشركات الكبرى أو العطاءات الشعبية الكبرى من السندات التجارية لم يكن ناميا، بل من المحتمل أن يكون سريع التقلص. فهذا هو مجال الشركات الكبرى، وقطاع النمو في كل من الدول المتقدمة حتى اليابان في العشرين سنة الماضية كان للمتاجر ذات الحجم المتوسط، بينما كان نصيب المتاجر الكبرى ينخفض بانتظام. والمتاجر المتوسطة الحجم النمطية ليست عملاء في الخدمات المصرفية "المتحدة" التقليدية.

ونتيجة لذلك فالعمالقة المصرفيون التقليديون انتشروا انتشارا واسعا في جميع أنحاء العالم، وعندما تناقصت كثيرا أرباح أعمالهم التجارية المشتركة المشروعة بسبب النقص المستمر فيها من جانب، وبسبب التنافس الشديد على أجزاء من الكعكة المتناقصة التي انخفضت فيها الأرباح إلى حد التلاشى، تزايد إقبال عمالقة البنوك المتحدة هذه على اللجوء إلى "ترويج المتاجرة في حساباتهم"، متأملين تماما وبدون تحفظ دعم نفقاتهم العامة الإضافية. ومن المؤكد أن يؤدي هذا إلى الخسائر الجسيمة، كما علمنا من التاريخ المصرفي منذ عدة قرون بدءا من عائلة ميديتشى، كبار الحكام والتجار في فلورنسا وتوسكانيا في أوروبا في القرن الخامس الميلادي. وهذه الخسائر الناتجة عن الخطأ في دراسة التوجهات نحو الخدمات المصرفية بصفتها إحدى صناعات النمو الكبرى التي فجرت الأزمة الاقتصادية التي بدأت في منتصف التسعينيات من القرن الحادى والعشرين، تهدد باحتواء الاقتصاد العالمى بأسره.

والتوجه الواقعى، أعنى به النمو فى "تمويل التجزئة" وفى المستثمرين الجدد، يحتمل أن يستمر على الرغم من الأزمة. ويحتمل أن يستمر على الأقل حتى تطبيق المجتمعات المتقدمة مناهجها فى التقاعد طبقا للحقائق التى تتمخض عنها الإحصاءات السكانية الجديدة السالف ذكرها.

وهاك نظام آخر ودرس آخر.

يعلم كل امرئ أن ما نطلق عليه "الإعلام" وما يمكن أن تنطبق عليه عبارة "المدخل إلى العالم" كان صناعة نمو كبرى نمت بمعدل تسارع كبير في كل من دول العالم المتقدمة والساعية إلى النمو، وحتى دول العالم الثالث تحت خط التنمية، أسرع من كل من الدخل الوطني والتعداد السكاني. ويسمع كل منا عن "الإلكترونيات" و"الحاسبات الإلكترونية" عندما نسمع عبارة "الإعلام". ولكن عدد الكتب المطبوعة التي نُشرت وبيعت في كل من الدول المتقدمة ارتفعت في الثلاثين أو الأربعين سنة الماضية بمعدل تسارع يماثل معدل بيع الأجهزة الإلكترونية الجديدة (انظر الفصل الرابع). وشركات نشر الكتب الرائدة في العالم، ربما لا تكون ازدهرت بمعدل تسارع يماثل معدلات تسارع كبرى الشركات الإلكترونية مثل إنتيل وميكروسوفت في الولايات المتحدة وساب في ألمانيا، ولكنها ازدهرت بمعدل تسارع أكبر من معدل صناعة الإعلام الإلكترونية في مجموعها، وهي أكثر منها ربها بدون منازع. ولكن رغم أن الولايات المتحدة كانت الأكبر والأسرع نموا في سوق الكتاب المطبوع في العالم، فلا يعترف أحد من الناشرين في الولايات المتحدة بذلك. ونتيجة لذلك أن كثيرا من شركات نشر الكتب الأمريكية صارت مملوكة الآن لغير الأمريكيين، وعلى رأسهم بيرتلزمان وهولتز برينك وميردوخ. وهذه الشركات يتزايد تحكمها في سوق الكتاب المطبوع في بقية أنحاء العالم، وهي تنمو هنا بمثل السرعة التي تنمو بها في الولايات المتحدة أو في اليابان أو في أوروبا، مثل نوادي بيرتلزمان للكتب في الصين.

والصناعات، سواء أكانت متاجر أو غير متاجر يجب أن تدار بطرق مختلفة اعتمادا على كونها من صناعات النمو أو صناعات النضوج أو صناعات الاضمحلال. فصناعة النمو التي تعتمد على الطلب لمنتجاتها أو خدماتها الأسرع من الاقتصاد أو التعداد السكاني، تتمكن من بناء المستقبل، وتحتاج إلى أن تتولى الريادة في التجديد وأن تتوفر لديها العزيمة على مواجهة المخاطر. وتحتاج صناعة النضوج إلى الإدارة التي تمكنها من تبوء مكان القيادة في مناطق قليلة جدا ولكنها حيوية، وخاصة في المناطق التي يمكن إشباع المطالب فيها بأقل تكلفة وأكثر التقنيات تقدما أو بأعلى جودة.

ويجب أن تدار بمرونة وتغير سريع. وتنتقل صناعة الجودة من وسيلة لإشباع المطالب إلى أخرى. ولهذا فهي تحتاج إلى أن تدار من أجل التحالفات والمشاركات والمشاريع المشتركة لكي تتكيف سريعاً مع هذه التحولات.

ومن الأمثلة على ذلك صناعة الأدوية. وحتى عهد قريب، ومنذ ابتكار عقار السلفا والمضادات الحيوية قبل الحرب العالمية الثانية بقليل كانت من صناعات النمو الرائدة. وفي العقد التاسع من القرن العشرين صارت صناعة نضوج. وهذا يعنى بمزيد من الاحتمالات أن تكون هناك تحولات سريعة ومفاجئة لاتباع طرق جديدة لإشباع الطلبات القديمة، مثل التحول من العقاقير الكيميائية المخدرة إلى التركيبات الوراثية والكائنات الحية الجزيئية والأجهزة الطبية الإلكترونية وحتى "الأدوية البديلة".

وفي الصناعة المضمحلة يجب أن تدار فوق كل اعتبار من أجل تحقيق خفض منتظم ومنهجي وهادف للتكلفة، ومن أجل التحسين المنتظم للجودة والخدمات، أى من أجل تقوية موقف الشركة داخل الصناعة، أكثر من الزيادة فى الحجم، الذى يمكن أن تقوم به شركة أخرى: ففي صناعة الاضمحلال يصبح إنشاء منتج متنوع ذى معنى أمراً أكثر صعوبة. وتميل المنتجات فى الصناعة المضمحلة إلى أن تصبح "سلعاً" كما حدث ذلك سريعاً فى صناعة سيارات الركوب (فيما عدا بعض السيارات الفاخرة).

وفى الختام، يجب على المؤسسات سواء أكانت متاجر أو غير متاجر، أن تدرك كيف تبني خططها الاستراتيجية على المعرفة والتكيف مع التوجهات فى توزيع الدخل المتيسر، وفوق كل هذا على أية تغيرات فى التوزيع، وتحتاج إلى كل من المعلومات الكمية والتحليل الجيد.

ثالثاً - تعريف الأداء

ذكر جيمس هاربنجتون (١٦١١-١٦٧٧) أب الفلسفة السياسية فى إنجلترا، أستاذ كل من لوك وهيوم وبيرك، ومؤلف فصل الأوراق الاتحائية، فى كتابه أوسيانيا

أن "القوة تتبع الممتلكات". فتحول الأملاك من النبلاء العظام إلى ملاك الأرض
الرئيسيين من أعيان الريف هو الذى بشر بالثورة الإنجليزية فى الأربعينيات من القرن
السابع عشر، والإطاحة بالحكومة المطلقة وإحلال الحكومة البرلمانية لملاك الأراضى
الجدد من الطبقة الأرستقراطية العليا المحلية.

وتدل الإحصاءات السكانية خلال الخمسين سنة الماضية على أن الممتلكات
انتقلت فى جميع الدول المتقدمة، ونرى الآن التحول الناجم عن ذلك فى السلطة. وهناك
تطوران - **أحدهما** ظهور الطبقة المتوسطة ولو أنها ليست ثرية وهى التى تتكون من
العاملين بدون أيديهم، **وثانيهما** امتداد متوسط العمر المتوقع - أدباً إلى ظهور
مؤسسات مثل صناديق المعاشات التقاعدية وصناديق الاستثمار التعاونية. وهما الآن
المالكان الشرعيان للممتلكات الرئيسية فى المجتمع المتقدم الحديث ذى الشركات
الاتحادية المملوكة للجمهور.

بدأ التطور فى الولايات المتحدة يوصف لأول مرة فى كتاب **الثورة غير المنظورة**
(١٩٧٥) وأعيد نشره بعنوان **ثورة صندوق المعاش التقاعدى** (١٩٩٣). ونتيجة لذلك
تملك الآن المؤسسات التى تمثل مستحقى المعاشات فى المستقبل ما لا يقل عن ٤٠٪
من المؤسسات الجماهيرية الأمريكية المسجلة، وربما ما يزيد عن ٦٠٪ من كبرى
المؤسسات. وهى بالمثل تملك المتاجر البريطانية. وتبدأ فى أن تكون المالكة للمتاجر فى
كل الدول المتقدمة الأخرى مثل ألمانيا وفرنسا واليابان وغيرها. وبهذا التحول فى
الممتلكات نرى تحولاً فى السلطة.

وهذا هو الأساس فى الندوة الحالية حول التحكم فى الشركات الاتحادية التى
تعتبر أساساً لندوة تهتم بمن يجب أن يدير المتاجر. وهى الأساس فى التحول الجذرى
إلى التحكم السابق فى "عائد المساهمين". وتبدأ ندوة أخرى فى الظهور فى جميع
الدول المتقدمة الأخرى.

وحتى الآن لم تكن النظرية السائدة فى أية دولة بأن العمل التجارى وخاصة
الكبير منه يجب أن يدار على وجه الحصر أو حتى بصفة مبدئية لصالح حملة

الأسهم. ومنذ أواخر العشرينيات من القرن العشرين كانت النظرية السائدة في الولايات المتحدة طنانة، تقر بأن المتجر يجب أن يدار من أجل مصالح متوازنة بين العملاء والموظفين وحملة الأسهم وغير ذلك، وتعنى حقا أنها يجب ألا تكون مسئولة أمام أحد. واتبعت بريطانيا السلوك ذاته بالنقص أو الزيادة. وفي اليابان وألمانيا واسكاندينافيا يُنظر إلى هذه المشروعات الكبيرة على أنها تدار مبدئيا لإيجاد تناغم اجتماعي والحفاظ عليه، بما يعنى أنها تدار لصالح العمال اليدويين.

ومثال وجهات النظر التقليدية هذه إلى زوال. ولكن النظرية الأمريكية التى ظهرت وتفيد بأن الأعمال التجارية يجب أن تدار على وجه الحصر والقصر من أجل العائد القصير الأجل للمساهمين هى الأخرى غير ملموسة، ومن المؤكد أن يعاد النظر فيها.

والأمن الاقتصادى للكثير من الناس فى المستقبل، بالنسبة لمن يتوقعون عمرا مديدا كلما تقدم بهم السن، يتزايد اعتماده على استثماراتهم الاقتصادية، أى على دخلهم بصفتهم مُلاكًا. والتأكيد على الأداء مثل الذى يفيد حملة الأسهم، بناء على ذلك لن يذهب سدى. فالأرباح الفورية سواء أكانت فى العائدات أو فى أسعار الأسهم، ليست هى كل ما يحتاجون إليه، بل يحتاجون إلى عائدات اقتصادية لمدة عشرين أو ثلاثين عاما من الآن. ولكن فى الوقت ذاته، كما يوضح ذلك الفصل الخامس عن إنتاجية العامل المعرفى، فإن على الأعمال التجارية أن تعمل على زيادة إشباع مصالح موظفيها من العمال المعرفيين، أو على الأقل ترفع من هذه المصالح بالقدر الكافى الذى يجذب ويحافظ على العمال المعرفيين الذين تحتاج إليهم وتجعلهم منتجين.

وبالتالى، فإن الموظف الذى من أجله يُفترض أن تدار الشركة التقليدية الألمانية أو اليابانية، ونعنى به العامل اليدوى، سوف تقل أهميته تدريجيا، وبالتالي يقل معه التأكيد التقليدى على التناغم الاجتماعى الذى يعتبر هدفا لأداء المشروع التجارى وخاصة فى المشروعات الكبرى.

فالنسبة الحالية حول التحكم فى الشركات لهذا ليست إلا أولى المشادات الكلامية. علينا أن نتعلم كيف نصوغ تعريفات جديدة "للأداء" وما يعنيه فى مشروع

معين، وخاصة فى المشروع الكبير الذى يملكه الجمهور. وعلينا أن نتعلم كيف نوازن بين النتائج القصيرة الأجل التى يؤكدّها الحاضر بأنها "قيمة حملة الأسهم"، وبين الرخاء البعيد المدى والبقاء الدائم للمشروع. وحتى فى المصطلحات المالية الصرفة سوف نواجه شيئاً جديداً تماماً هو حاجة المشروع إلى أن يظل قائماً لمدة ثلاثين أو أربعين سنة، أى أن يظل قائماً حتى يصل مستثمروه إلى سن التقاعد. وهذا الهدف يناسب حتى العيش فى المدينة الفاضلة. وكان متوسط العمر الافتراضى للمشروع التجارى على الأقل بصفته منظمة ناجحة لم يتجاوز من قبل ٣٠ عاماً. ولهذا فعلى أن نتعلم كيف ننشئ مفاهيم جديدة لما يعنيه "الأداء" فى المشروع. وعلينا أن ننشئ معايير جديدة وهكذا. ولكن فى الوقت ذاته يجب تعريف الأداء بعيداً عن النظام المالى حتى يكون ذا معنى للعامل المعرفى وأن يولّد "التزاماً" منهم. وهذا هو عائد "القيمة" غير المالى.

وعلى ذلك فعلى جميع المؤسسات أن تفكر فى ما يعنيه الأداء. وهذا يبدو واضحاً وبسيطاً، ولم يعد قائماً. ويتعين على التخطيط الاستراتيجى أن يركز على تعاريف جديدة للأداء.

رابعاً- المنافسة العالمية

يجب على جميع المؤسسات أن تجعل المنافسة العالمية هدفاً استراتيجياً. فليست هناك مؤسسة سواء أكانت تجارية أو جامعة أو مستشفى تأمل فى البقاء والنجاح ما لم تكن قادرة على تحقيق المستويات القياسية التى يضعها القادة فى هذا المجال فى أى مكان فى العالم.

وأحد التوقعات، هو أنه لم يعد ممكناً أن تُبنى التنمية الاقتصادية لأية دولة على العمالة الرخيصة. ومهما كانت الأجور متردية، فأى عمل تجارى عدا الأعمال الصغيرة والمحلية تماماً مثل المطعم المحلى، لا يُحتمل أن يعيش أو يزدهر ما لم تحقق قواه العاملة بسرعة الإنتاجية التى يحققها قادة الصناعة فى أى مكان فى العالم. وهذا صحيح وخاصة فى التصنيع. لأنه فى معظم الصناعات فى العالم المتقدم سرعان ما

تصبح تكلفة العمل اليدوى عنصرا صغيرا يماثل قسما من ثمانية أقسام من التكلفة الكلية أو الخسارة. فتدنى إنتاجية العمل تعرض بقاء الشركة للخطر. ولكن تدنى تكاليف العمل لم تعد تمثل عنصرا كافيا فى مزايا التكلفة بما يوازن الإنتاجية المتدنية للعمل.

وهذا يعنى كما قلنا فى الفصل الأول، أن نموذج التطور الاقتصادى فى القرن العشرين، وهو النموذج الذى بدأت اليابان بعد عام ١٩٥٥ ثم تبعتها بنجاح كوريا الجنوبية وتايلاند، لم يعد يصلح للتطبيق. وعلى الرغم من الفائض الهائل من الشباب المؤهل فقط على العمل اليدوى غير البارز، فإن الدول الناهضة يتعين عليها من الآن فصاعدا أن تبني نموها إما على القيادة التقنية كما حدث فى الولايات المتحدة وألمانيا فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر، وإما على إنتاجية تعادل ما تحققت فى الدول القائمة فى العالم فى صناعة ما، إن لم يكن على ذروتها بعد أن أصبحت قادة الإنتاجية فى العالم.

وينطبق الشئ ذاته فى جميع المجالات: على التصميم والتسويق والمالية والتجديد، أى فى مجالات الإدارة برمتها. والأداء بمعدل أقل من أعلى المعدلات العالمية يعوق النمو الطبيعى، حتى ولو كانت التكاليف منخفضة جدا، وحتى لو كان الدعم الحكومى عاليا جدا. و"الحماية" لم تعد تحمى بغض النظر عن ارتفاع الضرائب الجمركية أو قلة حصة الاستيراد.

ولا نزال نحتمل أن نواجه موجة حمائية فى العالم فى العقود القليلة القادمة. فأول رد فعل لمرحلة الاضطراب هو محاولة بناء سور فى الخارج يحمى حديقتنا من الرياح الباردة. ولكن مثل هذه الأسوار لم تعد تحمى المؤسسات وخاصة المتاجر، التى تطبق المعدلات العالمية فى أدائها، بل ستجعلها فقط أكثر تعرضا.

وأفضل مثال هى المكسيك، التى بدأت منذ عام ١٩٢٩ ولمدة خمسين سنة فى تطبيق سياسة محكمة فى بناء اقتصادها الوطنى مستقلا عن العالم

الخارجى، ولم تفعل ذلك فقط لبناء أسوار عالية للحماية من المنافسة الأجنبية؛ بل فعلت ذلك وكانت المكسيك فريدة فيه فى العالم فى القرن العشرين بمنع شركاتها من التصدير، وتلك المحاولة لإيجاد تجربة اقتصادية حديثة مكسيكية صرفة باءت بالفشل الذريع، وصارت المكسيك فى الواقع تعتمد اعتمادا كبيرا على الواردات من المواد الغذائية ومن المنتجات المصنعة من العالم الخارجى. وفى النهاية اضطرت إلى الانفتاح على العالم الخارجى حيث لم تكن ببساطة تستطيع أن تدفع أثمان الواردات التى تحتاج إليها. وحينئذ وجدت المكسيك أن قدرا كبيرا من صناعتها لم يستطع البقاء.

وبالمثل، حاولت اليابان حماية الكثير من متاجرها وصناعاتها بتجنب السلع الأجنبية عندما كانت تبني عددا صغيرا من الصناعات التصديرية ذات قوة تنافسية كبيرة، ثم زودت هذه الصناعات برأس المال ذى الفائدة الضئيلة جدا أو بدون فائدة حتى تعطىها ميزة تنافسية هائلة. وقد فشلت هذه السياسة كذلك. وجاءت أزمة اليابان فى ١٩٩٩ نتيجة الفشل فى جعل المتاجر والصناعات اليابانية وخاصة الصناعات المالية منافسا عالميا.

فالتخطيط الاستراتيجى لهذا يتعين عليه أن يقبل قاعدة جديدة. فأية مؤسسة، وليست المتاجر فقط، يجب أن تقيس نفسها بالمعدلات التى تطبقها كل قيادة صناعية فى أى مكان فى العالم.

خامسا- التنافر المتزايد بين الحقيقة الاقتصادية والحقيقة السياسية

والقاعدة النهائية التى تُبنى عليها الخطط الاستراتيجية فى فترة التغير والغموض فى البناء التى تسود العالم هى التنافر المتزايد بين الحقيقة الاقتصادية والحقيقة السياسية.

فالالاقتصاد العالمى يتسارع نحو العالمية. والحدود بين الدول عوائق ومراكز للتكلفة. فالمتاجر وكثير من المؤسسات كذلك - كما سبقت مناقشتها فى الفصل الأول

- لم تعد قادرة على أن تقصُر مجالها على الاقتصاد الوطنى والحدود الدولية. ويجب أن توسع مجالات الصناعات والخدمات لتشمل العالم أجمع.

ولكن فى الوقت ذاته، لا يمكن إغفال الحدود السياسية. والحقيقة أن الشك يخامرنا فى أن الوحدات الاقتصادية الإقليمية الجديدة والمجتمع الاقتصادى الأوروبى ومنطقة التجارة الحرة فى أمريكا الشمالية (NAFTA) أو الميركوسور والمجتمع الاقتصادى المقترح فى أمريكا الجنوبية، سوف تضعف بالفعل الحدود السياسية أو تتجاوزها.

دار الحديث حول "نهاية السيادة" من قبل عام ١٩١٨. ولكن لم يظهر شىء حتى الآن ليحل محل الحكومة الوطنية أو السيادة الوطنية فى الشئون السياسية. والحقيقة أنه منذ عام ١٩١٤ كانت النوايا متجهة نحو زيادة الانشقاق. فقد ولّى عهد الإمبراطوريات التى سبق أن وحدت أكبر المناطق فى العالم قبل ١٩١٤، مثل الإمبراطورية النمساوية المجرية والإمبراطورية العثمانية والإمبراطوريات البريطانية والفرنسية والهولندية والبرتغالية والبلجيكية وإمبراطورية القيصرية والشيوعيين فى أوروبا وآسيا. وفى الوقت ذاته صارت وحدات سياسية صغيرة قابلة للنمو الاقتصادى، نظرا إلى إن المال والمعلومات صارت عابرة لحدود الدول بمعنى إنها بالفعل ليس لها وطن. ومنذ عام ١٩٥٠ والدويلات الصغيرة تنشأ إحداها تلو الأخرى، ولكل منها حكومة وجيش ومجلس تشريعى وسلك دبلوماسى وسياسة مالية وضريبية وهكذا.

وليس هناك بشائر حتى الآن تدل على إنشاء أية مؤسسة دولية، ولا حتى فى المجال الاقتصادى مثل البنك المركزى الدولى الذى يحكم التدفقات المالية الطائشة فى العالم أجمع، ولا حتى مؤسسة عالمية تحكم الضرائب والسياسات المالية فى العالم بأسره.

وحتى فى الوحدات الاقتصادية العابرة لحدود الدول لا تزال السياسات الوطنية تدير بجدارة الترشييد العقلانى الاقتصادى. وعلى الرغم من وجود

المجتمع الاقتصادي الأوروبي على سبيل المثال، فقد ثبت أنه لا يمكن من الناحية السياسية إغلاق أحد المصانع الزائد عن الحاجة في بلجيكا، بل نقلوه إلى أحد المصانع الفرنسية التابع لذات الشركة الذي يبعد ثلاثين ميلا على الجانب الآخر من الحدود الوطنية.

ولدينا حقا ثلاث مناطق متداخلة. فهناك اقتصاد مالى وإعلامى عالمى. وهناك اقتصادات إقليمية تدور فيها السلع بحرية، وقد قلّت فيها العوائق فى حركة الخدمات والأفراد ولو أنها لم تُلغ. وهناك حقائق محلية ووطنية متزايدة، اقتصادية وفوق كل شىء سياسية. وكل هذه المناطق الثلاث تنمو بسرعة. والمتاجر والمؤسسات الأخرى مثل الجامعات ليس لها اختيار؛ إذ ينبغي عليها أن تبقى حية تؤدي مهامها فى المناطق الثلاث فى وقت واحد. وتلك هى الحقيقة التى يجب أن يُبنى عليها التخطيط الاستراتيجى. ولكن حتى الآن لا تعرف أية إدارة فى أى مكان ماذا تعنى هذه الحقيقة فى الواقع. فلا يزال الكل يحبو.

ومعظم المؤسسات الكبيرة المتعددة الجنسيات فى الصناعة وفى المالية وفى التأمين نظمت نفسها فى "وحدات أعمال تجارية" فى جميع أنحاء العالم، عبر الحدود الدولية. ومتاجر التأجير فى شركات الخدمات المصرفية تدار على سبيل المثال وكأنها متجر واحد، سواء أكانت فى إسبانيا أو فى هونج كونج. وتدار منفصلة عن المتاجر الأخرى المملوكة لشركة الخدمات المصرفية ذاتها فى إسبانيا أو فى هونج كونج فى محلات الصرافة بالعملات الأجنبية. ولكن كل شركة بعد الأخرى علمت أنه بالنسبة للحكومة المحلية أو اتحاد العمال المحلى أو أية هيئة سياسية محلية أخرى فإن "وحدة المتجر" ما هى إلا قصة لا معنى لها. وبالنسبة لهم فإن إسبانيا أو هونج كونج هى الحقائق الوحيدة ذات المعنى، وأن متاجر الشركات الإسبانية أو المنتمية لهونج كونج هى الوحدات الوحيدة التى تفكر فيها وتقبل التعامل معها. أعرف أنه حتى الآن ليست هناك شركة تفصح مقدما عن قرار أو إجراء يمكن تداوله بالفعل على أنه قرار أو إجراء "لوحة المتجر" ينبغى تداوله كقرار أو إجراء وطنى؛ وكيف

تعمل مقدما على جعل القرار أو الإجراء مناسباً لكلتا الحقيقتين: الحقيقة الاقتصادية لوحدة المتجر المتعددة الجنسيات والحقيقة السياسية "للسيادة" الخاصة بإسبانيا أو هونج كونج.

وتتضح من ذلك بعض التوقعات. أولها ماذا ينبغي ألا تفعل، بمعنى أن تتوافر لديك النية لتقبل الرشوة لإخضاع القرارات الاقتصادية للسياسات المحلية. ونظراً إلى إن الوحدة السياسية تصبح قوتها الاقتصادية فى هبوط مستمر، فهي تعمل فى تزايد على تقديم كل أنواع الرشاوى مثل الرسوم الضريبية والجمركية وحماية التعريفات الخاصة وضمان الاحتكار وجميع أنواع الدعم وغيرها، من أجل تحقيق مزايا اقتصادية. ومن الأمثلة النمطية للدعم السخى الذى قدمته بعض الولايات الجنوبية من الولايات المتحدة لرشوة شركات صناعة السيارات الأوروبية واليابانية لقبول وضع مصانع الولايات المتحدة الحديثة فى ولاياتها. وبطبيعة الحال هناك مئات وربما آلاف الأمثلة الإضافية.

وكثير من الأمثلة ما هو أسوأ من هذه. ولدى الشركات الأوروبية واليابانية لصناعة السيارات أسباب اقتصادية مقبولة أو على الأقل تظن ذلك، لبناء مصانع فى الولايات المتحدة. وفى كثير من الحالات مثل الرشوة التى قدمتها الدول الصغرى لتدخل الشركة فى دولة معينة أو تكفل شركة محلية تعاني من المتاعب. ومن المؤكد يقينا أن القرار المبني على مثل هذه الرشوة ولا يستند إلى حقيقة اقتصادية سيتحول إلى كارثة.

وهذا هو ما حدث على سبيل المثال لكل شركة صناعية فردية وضعتها الولايات المتحدة فى الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين فى دول أمريكا اللاتينية الصغرى، لأن حكومة هذه الدولة وعدت الشركة بالاحتكار فى السوق الوطنى.

وتقول الحكومة القديمة: "ليست هناك مساومات". والقاعدة الأولى للعمل التجارى فى إدارة التنافر بين الحقيقة الاقتصادية والحقيقة السياسية هي ألا تفعل شيئاً لا يرضى

الحقيقة الاقتصادية. والسؤال الأول يجب أن يكون: "إذا لم تحصل على الرشوة، فهل تفعل ذلك كجزء من مخططك السياسى للمتجر؟" فإذا جاءت الإجابة "لا"، فلا تفعل ذلك مهما كانت الرشوة مغرية. فسوف تؤدي إلى فشل ذريع مكلف. أما إذا جاءت الإجابة "نعم" فمن الحكمة أن تقول "لا" للرشوة المعروضة. وتشير الخبرات الوفيرة إلى أنه فى النهاية سيدفع المرء ثمنا غاليا إذا قبل مثل هذه الرشوة:

وتكلف كثيرا عبارة "لا تفعل" فلا تتوسع ولا تنمو عالميا بالدخول فى أعمال تجارية، وخاصة إذا لم تكن بالاحتواء ما لم تكن مناسبة لنظرية العمل التجارى وتخطيطها الاستراتيجى الشامل.

وفى مختلف الأقاليم ومختلف الدول، سوف تبدو مختلف المنتجات و/أو الخدمات مختلفة. ففي فرنسا مثلا تباع شركة كوكا كولا عصائر الفواكه أكثر مما تباع الكوكاكولا ذات البيكربونات. وفى اليابان يعتبر أحد منتجاتها الكبرى القهوة التى توزع من آلات البيع. ولكن كلا من عصائر الفواكه والقهوة المجهزة تناسب نظرية العمل التجارى والاستراتيجية التى تعمل بها شركة كوكاكولا. ورغم أنها منتجات مختلفة عن الكوكاكولا الأصلية، فإنها على أية حال متماثلة تماما بصفاتها أعمالا تجارية.

سنعيد بنا ذكرناه سابقا فى هذا الفصل: التخطيط الاستراتيجى يمكن المؤسسة من اقتناص الفرص عن قصد. فإذا كان ما يبدو أنه فرصة، ولم تحقق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، فإنها ليست فرصة، بل هى تخطيط وارتباك. وحتى لو ناسبت أو يبدو أنها ناسبت حقيقة سياسية وطنية فهى لا تزال تخطيطا وارتباكا ينبغى هجره، وإلا باءت بالفشل فى النهاية بكل تأكيد.

كفى ما ذكرناه عن النواهى "لا تفعل" ودعنا نذكر بالتوصيات "افعل".

فنمو العمل التجارى وتوسعه فى أجزاء مختلفة من العالم سوف لا يكون مبنيا على الضم والاحتواء أو حتى على البدء من جديد بل هو مجموعة أعمال تجارية

مملوكة بأكملها. ويجب أن تبني أساسا على التحالفات والمشاركات والمشروعات المشتركة وكل أنواع العلاقات بالمنظمات القائمة في سلطات سياسية أخرى. وبمعنى آخر يجب أن تكون قائمة على بناء من وحدات اقتصادية وليست قانونية - وبالتالي ليست سياسية.

وهناك أسباب أخرى عديدة ناقشنا بعضها سلفا، فحواها أن النمو من الآن فصاعدا يجب أن يُبنى على المشاركات من جميع الأنواع بدلا من الملكية الكاملة والقيادة والسيطرة. ولكن من المحتمل أن يكون أحد الأسباب الاضطرارية هو الحاجة إلى العمل في كل من الاقتصاد الدولي العالى والسياسة العالمية فى التجزئة، وليست المشاركة هى الحل الأمثل لهذه المشكلة. والحقيقة إن المشاركات محفوفة بكثير من المشكلات الاقتصادية الخاصة بها. ولكن الصراع القائم بين الحقيقة الاقتصادية والحقيقة القانونية يقل كثيرا إذا كانت الوحدة الاقتصادية ليست كذلك وحدة قانونية، بل هى مشاركة وتحالف ومشروع مشترك، وهى علاقة ينفصل فيها المظهر السياسى والقانونى عن الحقيقة الاقتصادية.

والتوقع الأخير هو أن جميع الأعمال التجارية عليها أن تعرف كيف تدير عملاتها المطروحة. فكل متجر حتى المحلى تماما هو اليوم فى الاقتصاد العالى. وبهذا يكون خاضعا للتذبذب فى أسعار العملات الأجنبية، حتى ولو كان لا يبيع خارج دولته الأم، أو يشتري من خارجها.

وحتى أكثر الشركات المكسيكية إقليمية ومحلية ضربها بعنف الانهيار المفاجئ للبيزو المكسيكى منذ بضع سنين. وحتى أكثر الشركات الإندونيسية محلية، ضربها بعنف الانهيار المفاجئ فى العملة الإندونيسية فى عام ١٩٩٨.

ولا توجد اليوم دولة معصومة من التذبذب المفاجئ فى العملة لسبب بسيط هو أن العالم مغمور "بالمال الموجه بالريموت"، بمعنى السيولة التى ليس لها استثمار مربح.

ولهذا فكل دولة مغمورة بالمال غير المستثمر فى الممتلكات وفى المتاجر وفى الصناعة وفى المشاريع الخدمية، بل موجود فى سيولة أو «سندات تجارية» فهى سريعة الزوال. وقليل من الدول ما تحتفظ بقدر كاف من الفائض فى موازين مدفوعاتها لخدمة العائد لاستثمار السندات التجارية ولسداد قيمتها إذا ما هربت. وبمعنى آخر فإن عملة أية دولة تقع تحت رحمة العمليات المالية القصيرة الأجل التى تحدث بدون مبرر اقتصادى منطقى.

وهذا هو عكس ما حدث لما كان متوقعا فى عام ١٩٧٣ حين حرر الرئيس نيكسون الدولار من أية قيمة فصار "عائما". وفكرة هذا التعويم، تتلخص فى الحد من تذبذب العملة إلى الحد الأدنى. ولكن نظرا إلى أن الحكومات بدءاً بالحكومة الأمريكية أساءت استخدام هذه الحرية الجديدة، فقد صارت العملات تعاني بشدة من عدم الاستقرار. ويمكن أن نتوقع الاستمرار فى بقاء حالة عدم الاستقرار. وفى الواقع العملى ليس هناك سبب لتوقع قيام الوحدات السياسية أى الدول المختلفة بإخضاع سياساتها المالية والنقدية والائتمانية لأية سلطة سياسية أخرى خلاف سلطتها. ومن المأمول أن يستطيع البنك الأوروبى الجديد الحفاظ على استقرار اليورو بصفته عملة إقليمية. ولعل الأمل بعيد المنال فى أن تقوم الدول الفردية فى الاتحاد الأوروبى بإخضاع سياساتها المحلية لاستقرار اليورو.

وبمعنى آخر، يجب بناء الخطط الاستراتيجية على نظرية أن العملات سوف تظل متقلبة وغير مستقرة. والمتوقع من هذا أن كل إدارة يتعين عليها أن تعلم بما تستطيع الإدارات القليلة الأخرى أن تفعل: إدارة المطروح من عملاتها الأجنبية.

لا تحت الحقائق الواردة فى هذا الفصل أية مؤسسة على ما يجب أن تفعل ولا كيف تفعله، ولكنها تطرح الأسئلة التى ينبغى للتخطيط الاستراتيجى أن يجد الأجوبة لها فى أية مؤسسة فردية. وهناك أسئلة لم يستطع التخطيط الاستراتيجى أن يناقشها. ولكن المؤسسة إذا لم تبدأ فى بحث هذه الحقائق الجديدة، فلن يكون لها

تخطيط استراتيجى. ولن تكون جاهزة لمواجهة التحديات التى تطرحها العقود أو السنوات القادمة. وإذا لم تُواجه هذه التحديات بنجاح، فمن المتوقع ألا ينجح أى مشروع أو يزدهر فى فترة الاضطراب والتغير فى البناء والتحول الاقتصادى والاجتماعى والسياسى والتقنى.

الفصل الثالث

قائد التغيير

لا يستطيع واحد أن يدير التغيير. سياسات التغيير. التحسين المنظم. استغلال النجاح. إيجاد التغيير. نوافذ الفرص. ما الذي تحجم عن فعله. النموذج التجريبي. ميزانيتا قائد التغيير. التغيير والاستمرار. بناء المستقبل.

مقدمة

لا يستطيع واحد أن يدير التغيير

لا يستطيع واحد أن يدير التغيير، بل يستطيع فقط أن يكون في طليعته.

لم نعد نسمع عن "التغلب على مقاومة التغيير"، وهو الموضوع الأكثر انتشاراً في العشر أو الخمس عشرة سنة الماضية في كتب ومؤتمرات علم الإدارة، وقبل كل شخص من قبل عبارة "التغير حتمي لا يمكن تجنبه". ولكن هذا يدل على أن التغيير مثل "الموت والضرائب"، يجب تأجيله إلى أبعد مدى ممكن، وليس التغيير مفضلاً إلى حد بعيد.

ولكن في فترات الثورات مثل التي نعيشها الآن، يعتبر التغيير هو المبدأ. ومن المؤكد أنه مؤلم وعرضة للمخاطرة، وفوق كل هذا يحتاج إلى قدر كبير من العمل الشاق جداً. ولكن ما لم ننظر إليه على أنه عمل يجب أن تقوم به المنظمة لقيادة التغيير، فإن المنظمة سواء أكانت متجراً أو جامعة أو مستشفى أو غيرها لا يمكن أن تعيش. وفي فترة التغير السريع في البناء لن يعيش إلا قادة التغيير.

ولهذا يصبح من التحديات المركزية للإدارة في القرن الحادي والعشرين أن تصبح المنظمة قائدة للتغيير. ويرى قائد التغيير أن التغيير فرصة. ويبحث قائد التغيير

عن التغيير، ويعرف كيف يجد التغييرات الصحيحة، وكيف يجعلها مؤثرة داخل المنظمة وخارجها. وهذا يتطلب:

١- سياسات لبناء المستقبل.

٢- وسائل منهجية للبحث عن التغيير وتوقعه.

٣- الطريقة الصحيحة لتقديم التغيير فى داخل المنظمة وخارجها.

٤- سياسات للموازنة بين التغيير والاستمرار.

وهذه المطالب الأربعة اللازمة لتكون المنظمة قائدة فى التغيير هى موضوع هذا

الفصل.

أولاً- سياسات التغيير

يدور الجدال الطويل اليوم حول "المنظمة المتجددة". ولكن جعل المنظمة أكثر قبولاً للتجديد، حتى ولو كانت منظمة من أجل التغيير، ليس كافياً لكي تكون قائدة للتغيير؛ بل ربما جعلتها مجالا للنزاع. فكي تكون المنظمة قائدة للتغيير تحتاج إلى عزيمة وقدرة على تغيير ما يحدث بها حالياً بنفس القدر الذى تُدخل فيها وسائل جديدة وأشياء مختلفة، كما تحتاج إلى سياسات لتجعل الحاضر يلد المستقبل.

والسياسة الأولى الأساسية بالنسبة للسياسات الأخرى هى هجر الماضى. والحاجة الأولى الضرورية هى أن تحرر الموارد من التزامها بالحفاظ على ما لا يضيف جديداً للأداء، ولا يضيف شيئاً للنتائج. والحقيقة أنه لا يمكن إيجاد الغد ما لم نتخلص أولاً من الأمس. والحفاظ على الأمس صعب دائماً ومضيق كبير للوقت. ولهذا فالحفاظ على الأمس يلزم أندر الموارد وأقيمها للمؤسسة وأقدرها على العمل وهى الموارد البشرية بآلا تحقق أية نتائج. وإن فعلت شيئاً مختلفاً أو جديداً جلبت دائماً مشكلات غير متوقعة. ويتطلب الأمر دائماً وجود قيادة من ذوى الكفاءة العالية والقدرة السالف تأكيدها. فإذا كان هؤلاء الناس ملتزمين بالحفاظ على الماضى، فهم بالتالى غير قادرين على إيجاد المستقبل.

ولهذا فأول سياسة تغيير فى المؤسسة بأكملها لابد أن تكون الهجر المنظم.

وقائد التغيير يضع كل منتج وكل خدمة وكل عملية وكل سوق وكل قناة توزيع وكل عميل وكل مستخدم نهائى فى محاولة للإبقاء عليه على قيد الحياة؛ وأن يفعل ذلك فى جدول منتظم. والسؤال الذى يجب طرحه بجدية هو: "إذا لم نكن فعلنا ذلك بالفعل، فهل نقدم على فعله بعد أن عرفنا عنه ما عرفنا؟" وإذا كان الجواب "لا" فلا يجب أن يكون رد الفعل: "دعنا نجرى دراسة أخرى"؛ بل يجب أن يكون: "ماذا نفعل الآن؟" فالمشروع ملتزم بالتغيير، ملتزم بالفعل.

ففى ثلاث حالات كان التصرف الصحيح دائما هو الهجر التام. فالهجر هو التصرف الصحيح إذا كان المنتج أو الخدمة أو السوق أو العملية "لا تزال أمامها سنوات رواج قليلة من عمرها". فهذه المنتوجات أو الخدمات أو العمليات التى تموت تحتاج دائما إلى مزيد من الرعاية ومزيد من الجهود؛ فهى توقف مسار أكثر الناس إنتاجا وأقدرهم على ذلك. ولكننا كذلك دائما نبالغ فى تقدير العمر المتبقى لهذا المنتج أو الخدمة أو السوق أو العملية. فهى فى العادة ليست "مقبلة على الموت" بل هى ميتة بالفعل. وتقول الحكمة الطبية: "ليس هناك أصعب ولا أغلى ولا أكثر بهتانا من محاولة إبعاد الجثمان عن التعفن".

وبالمثل يجب هجر المنتج أو الخدمة أو السوق أو العملية إذا دارت حول الإبقاء عليه "عبارة إنه مشطوب تماما". ومعاملة الأصول المملوكة على أنها مشطوبة تجد سبيلها عند المحاسبة الضريبية، وليس فى أى مكان آخر. ولأغراض الإدارة لا يوجد مصطلح "أصول غير مكلفة"، بل هناك فقط "تكاليف هابطة"، وهو المصطلح الذى يستخدمه خبراء الاقتصاد فى المباني والاستثمارات الثابتة الأخرى. وليس السؤال هو: "ماذا تكلفت؟" بل السؤال هو "ماذا سوف تنتج؟" والأصول التى لم تعد تنتج إلا فى مصطلحات المحاسبة أى الأصول التى تنتج فقط لأنها تبدو أنها "لا تكلف" شيئا، ليست أصولا، وهى فقط تكاليف هابطة.

والحالة الثالثة التي يعتبر فيها الهجر سياسة صائبة وكثيرة الأهمية هي إغفال المنتج أو الخدمة أو السوق أو العملية المضمحلة القديمة التي تجعلنا نغفل نمو أو نهمل المنتج أو الخدمة أو العملية الجديدة النامية في مقابل صيانة المضمحلة.

ومن الأمثلة الحديثة لما ينبغي تجنبه هو كيف ضحّت بالمستقبل في التسعينيات من القرن العشرين على مذبح الماضي كبرى شركات صناعة السيارات الأمريكية جنرال موتورز وأكبر اتحاد عمال المصانع الأمريكية، أي نقابة عمال السيارات المتحدة.

ويعرف كل مواطن في الولايات المتحدة أن صناع السيارات اليابانية استحوذوا على ٣٠٪ من سوق سيارات الركوب في مدى عشر سنوات من أواسط السبعينيات حتى أواسط الثمانينيات. ولكن القليلين يدركون أن هذه الأرباح لم تكن على حساب الشركتين الصناعيتين الصغيرتين: فورد وكرايذر، بل على العكس، كان لكل منهما نصيب في السوق والأرباح. وكان ثلث الأرباح اليابانية على حساب فولكس واجن الألمانية، التي كان لها نصيب في السوق ١٠٪ في السبعينيات، ولكنها تخلت عن هذه النسبة تماما بعد عشر سنوات للسوق اليابانية. وكان ثلثا أرباح اليابانيين يمثل ٢٠٪ من السوق الأمريكية التي فقدتها جنرال موتورز، حيث هبط نصيبها من ٥٠٪ إلى ٣٠٪ من السوق.

وضيقت جنرال موتورز ١٥ عاما في الأسعار والتخفيضات بدون جدوى. وفي النهاية قررت في الثمانينيات من القرن العشرين القيام بهجوم مضاد بسيارة جديدة تسمى "ساتيرن"؛ وهي سيارة صغيرة تزيد تكلفتها قليلا عن اليابانية في الشكل والصناعة والتسويق والخدمة وعلاقات العمل. وأساعت جنرال موتورز عرضها على السوق. ولا تزال آثار الصدمة العنيفة مؤثرة على كثير من الناس في الولايات المتحدة الذين كانوا متعطشين لسيارة من النوع الجديد أمريكية الصنع.

ولكن على الفور أدرك معظم الناس خارج جنرال موتورز أن ساتيرن لم تستطع أن تنافس نظيراتها من الصناعة اليابانية. وكانت جل مبيعاتها تأتي

على حساب الهبوط، إن لم يكن الموت للأنواع المسجلة لجنرال موتورز مثل أولدزموبيل وبويك. وحينئذ بدأت جنرال موتورز واتحاد عمال جنرال موتورز وعمال السيارات المتحدون في خنق السيارة ساتيرن. فقد حرمت من المال اللازم للتوسعة، ذلك المال الذي تحول بدون جدوى لمحاولات "تحديث" مصانع أولدزموبيل وبويك. وحرمت من المال اللازم لتقديم نماذج جديدة، ولكن هذا المال تحول مرة ثانية لإعادة تصميم أولدزموبيل وبويك. وبدأت نقابة عمال السيارات المتحدة في خفض علاقات العمل في السيارة ساتيرن الجديدة الناجحة خوفاً من أن يوجد نموذج ساتيرن علاقة مشاركة بين العمل والإدارة تنتشر في مصانع جنرال موتورز الأخرى.

ولم تربح أى من أولدزموبيل أو بويك، بل بدأتا في الهبوط، بينما دُمّرت ساتيرن رغم كل شيء. واستمر اضمحلال كل من جنرال موتورز ونقابة عمال السيارات المتحدة.

وربما اتخذ الهجر أشكالاً مختلفة. ففي حالة جنرال موتورز على سبيل المثال، ربما كان أحد الحلول المناسبة إجراء شيئين متزامنين: (١) قتل أولدزموبيل التي تحتضر (٢) استغلال نجاح ساتيرن بقدر المستطاع، وبذل المال والأيدى العاملة اللازمة لها وإقامتها كشركة مستقلة تتوافر لديها حرية التنافس بجسارة مع جميع منتوجات جنرال موتورز القديمة، من أجل عملاء جنرال موتورز القدامى.

والجواب الصحيح ربما كان تنفيذ معظم ما سبق ولكن بطريقة مختلفة.

فمثلاً، يعرف كل ناشري الكتب أن معظم مبيعاتهم (حوالي ٦٠٪) ومعظم أرباحهم تأتي من الكتب التي تدوم طبعاتها مدة طويلة، أى من الكتب ذات العناوين التي نُشرت منذ أكثر من عام أو عامين. ولكن لا أحد من الناشرين يضع موارده في بيع قائمة الكتب الراكدة. ويبدل كل جهده في بيع الكتب ذات العناوين الجديدة. وحاولت إحدى شركات النشر الكبرى أن تحث بائعيها لعدة سنوات على بيع الكتب المرتدة بدون أى نجاح، ولم تنفق درهما

واحدا على العروض المشجعة. وحينئذ سأل أحد المديرين الخارجيين: "هل نتداول قائمة الكتب الراكدة بنفس الطريقة السابقة؟" وعندما جاء الرد بالإجماع "لا" سأل: "ماذا نفعل الآن؟" ونتيجة لذلك أعادت الشركة تنظيم نفسها في وحدتين منفصلتين: إحداهما تباع وتحرر وتنسق وتبيع العناوين الجديدة التي نُشرت في السنة الجارية، والأخرى تنسق وتبيع القائمة. وفي ظرف سنتين بلغت مبيعات قائمة الكتب الراكدة ثلاثة أضعاف وتضاعفت أرباح الشركة.

والسؤال الثانى هو كيف تتصرف فى الهجر. وهو سؤال مهم مثل سابقه، وهو أكثر منه صعوبة وإثارة للجدل. والجواب يجب أن يختبر دائما على مستوى صغير أو يوضع له نموذج تجريبى (انظر أحد الأقسام الأخيرة من هذا الفصل).

وفى فترة التغير السريع يحتمل أن تلغى "كيف؟" أسرع من إلغاء "ماذا؟" ولهذا يجب أن يسأل قائد التغيير كذلك عن كل منتج أو خدمة أو سوق أو عملية: "إذا كنا مقبلين عليه الآن نحن نعرف عنه ما نعرف الآن، فهل نتداوله بنفس طريقة تداولنا له الآن؟" ونحتاج إلى توجيه هذا السؤال عن المنتج والخدمة والسوق والعملية الناجحة بنفس النظام والجدية التى تناسب المنتج أو الخدمة أو السوق أو العملية الناجحة.

ومصطلحا "الموزعون" و"قنوات التوزيع" بطبيعة الحال من المصطلحات التجارية. ولكن لكل مؤسسة "موزعون". وهم أول "العملاء" لأية مؤسسة.

وهذا هو مثال لغير الأعمال التجارية:

كان مستشار التنسيق للمدارس العليا هو "قناة التوزيع" التى عن طريقها تحصل الجامعات والكليات على طلبات الالتحاق بها المقبولة تقليديا. ولكن تزايد بحث الطلاب القادمين وأبائهم عن معلومات لتقييم الكليات والجامعات المنشورة فى عدد من المجالات والكتب التى تصف وتقيم مختلف الكليات وغير ذلك. وكثير من الجامعات الأمريكية الكبرى زادت إلى حد بعيد أعداد

ومواصفات طلابها بالتركيز على جهود الترويج لقنوات التوزيع هذه بدون
إنقاص حصص البيع لمستشارى التنسيق للمدارس العليا.

وبالمثل، فإن منظمة الحفاظ على الصحة صارت "قناة توزيع" للمستشفيات. بينما كانت
قناة التوزيع للمستشفيات منذ عشر سنوات هم الأطباء. ولهذا فالمستشفيات الآن
صارت تعمل مع منظمات الحفاظ على الصحة لتصل إلى كل من الطبيب والمريض.

والآن، نستطيع أن نتأمل الدور الذى سوف تلعبه شبكة الحاسبات الإلكترونية
للمعلومات إنترنت فى التوزيع. ولكن سوف يكون لها أثر. ومن الأمثلة لما يحدث الآن
بالفعل ويتطور بسرعة سوق السيارات الأمريكية.

المعروف منذ مدة طويلة أن الزوجة هى التى تتخذ القرار حول السيارة التى
ينبغى تجنب شرائها. فهى بهذا ذات التأثير فى قرارات الشراء. ولكن الزوجة
كما هو معروف منذ زمن طويل لا تريد الوقوف أمام بائع السيارات، بل إن
الزوج هو الذى يبدو أنه المشتري حين يقف الزوجان فى زيارة للبائع، حتى
ولو أن القرار الفعلى قد اتخذته الزوجة. وشبكة الإنترنت تمكن الزوجة من أن
تكون المشتري الفعلى، ولا يكون البائع أكثر من مخرج.

ولهذا تواجه صناعة السيارات مهمة جعل شبكة الإنترنت هى قناة توزيعها، وتعمل
شركة جنرال موتورز بهذا المفهوم. ولكن هل يعنى هذا إلغاء بائع السيارات التقليدى؟
"فماذا تهجر؟" و"كيف تهجر؟" يجب تطبيقهما منهجيا؛ وإلا سوف يؤجلان دائما
لأنهما ليسا من السياسات "الشعبية".

وهذا هو أحد الأمثلة عن كيفية تنظيم سياسات الهجر بنجاح.

فى إحدى الشركات التى تقدم خدمات جلب العمال من خارج الشركة فى
إحدى الدول المتقدمة، يخصص صباح أول يوم إثنين من كل شهر لعقد
اجتماع للهجر فى جميع مستويات الإدارة، من مستوى الإدارة العليا حتى

المشرفين على العمال في كل منطقة. وتفحص كل جلسة من هذه الجلسات جزءا واحدا من المتجر، أحدها عن الخدمات التي تقدم يوم الاثنين، وفي الشهر التالي عن المناطق التي تؤدي فيها الشركة نشاطها التجاري، وفي الشهر الثالث يناقش في صباح الإثنين طريقة تنظيم هذه الخدمة أو تلك وهكذا. وخلال السنة، تكون الشركة بهذه الطريقة قد اختبرت نفسها تماما بما فيها سياسات توظيف الأفراد مثلا. وعلى مدار السنة تتخذ ثلاثة أو أربعة قرارات كبرى عن "ما هي" الخدمات التي تنفذها الشركة وحوالي قرارين حول تغيير "كيف". وفي كل عام تُطرح ثلاث أو خمس أفكار حول الأشياء الجديدة التي تتمخض عنها تلك الجلسات. وهذه القرارات الخاصة بالتغيير، سواء بهجر شيء أو هجر طريقة تنفذ بها خدمة أو بإضافة شيء جديد، تُبلغ في كل شهر إلى جميع العاملين في الإدارة. وتُبلغ جميع مستويات الإدارة مرتين في السنة عما حدث بالفعل نتيجة لتلك الجلسات، وعن الإجراء الذي اتخذ حيال هذه النتائج.

وحيث إن هذه الشركة بدأت سياسة الهجر المنظمة منذ ثماني أو تسع سنوات، فقد تنامت أكثر من أربع أمثالها (مع ضبطها بعيدا عن التضخم. وينسب نصف هذا النمو على الأقل إلى سياسات الهجر المنهجية).

التحسين المنظم

والسياسة الثانية لقائد التغيير هي التحسين المنظم (وهو ما يطلق عليه اليابانيون "التحسين المنظم" **Kaizen**).

وأيا ما كان المشروع داخليا أو خارجيا فهو في حاجة منهجية ومستمرة إلى استخدام المعلومات في تحسين إنتاجه وخدماته وتجهيزات إنتاجه وتسويقه وتقنياته وتدريب وتطوير موارده البشرية. ويحتاج إلى التحسين بمعدل سنوي مسبق في معظم المناطق كما فعل اليابانيون؛ فمعدل التحسين السنوي البالغ ٣٪ معدل واقعي يمكن تحقيقه.

وعلى أية حال، فالاستمرار في التحسين يحتاج إلى قرار رفيع المستوى. فما هي مكونات "الأداء" في منطقة ما؟ وإذا تحسن الأداء، وهو ما يستهدف التحسين المستمر، فإننا نحتاج إلى توضيح معنى "الأداء".

وأحد الأمثلة: المنتجات المعقدة والصعبة التي يعتبر معدل الرفض فيها مرتفعاً. ولتحسين معدل الرفض من ٤٠٪ في المنتج النهائي إلى ٣٥٪، من الواضح أنه تحسين جوهري. ولكن في مناطق أخرى لا يعتبر القرار بأي حال سهلاً. فما هي "الجودة" في المنتج؟ وإلى أي مدى حددها المنتج؟ وإلى أي حد حددها المستهلك؟ ويعتبر أكثر صعوبة تحديد الأداء في الخدمات.

ومثال آخر:

قرر أحد البنوك التجارية الكبرى أن السبيل إلى تحسين الأداء في فروعها هو عرض "منتجات مالية جديدة" وأكثر تطوراً، مثل بيع سندات الخزانة أو تقديم النصيحة لتداول الديون. وأنفق الكثير من الوقت والمال بحثاً عن أي الأنواع من المنتج المالي يحتاج إليها العملاء، وتنفيذ هذه المنتجات وتدريب العاملين في الأفرع على تداولها. ولكن عندما عرض البنك في فروعها هذه المنتجات فقد عملاءه بسرعة، وحينئذ وجد البنك أن أداء أفرعه بالنسبة للعميل لا يعنى الانتظار في طابور طويل لعقد صفقات روتينية. وفكر العملاء أن المنتجات قيّمة ولكنهم في حاجة إلى إنجازها بسرعة.

والحل الذي اتخذه البنك هو تركيز أعداد الصيارف في الفروع لإنجاز الخدمات الروتينية البسيطة المتكررة التي لا تحتاج إلى مهارة ولا وقت، والمنتجات المالية الجديدة خُصصت لمجموعات مختلفة من الناس الذين توزعوا إلى منافذ منفصلة وضعت على كل منها إعلانات عن المنتجات التي يختص بتنفيذها، وبمجرد حدوث ذلك دارت الأعمال على ما يرام في كل من الخدمات التقليدية والجديدة. ولكن نظراً لعدم وجود "نموذج تجريبي رائد" Pilot يجربه واحد أو اثنين من الفروع، فقد البنك حوالى عامين ومبلغاً كبيراً من المال.

والتحسينات المستمرة فى أى مجال يحول العمليات فى النهاية، تؤدي إلى تجديد المنتج كما تؤدي إلى تجديد الخدمات وإلى عمليات جديدة وإلى أعمال تجارية جديدة. وفى النهاية فإن التحسينات المستمرة تؤدي إلى التغير الجذرى.

استغلال النجاح

والسياسة التالية التى يحتاج قائد التغيير إلى أن ينفذها هى استغلال النجاح.

منذ سبعين أو ثمانين سنة فقط ابتكر واستخدم "التقرير الشهرى" فى معظم منظمات الأعمال التجارية. ومنذ ذلك الحين وهو عمل روتينى ونموذج عملى فى كل مكان. وفى الصفحة الأولى من هذا التقرير بدون استثناء تُذكر المناطق التى لم تحقق النتائج المرجوة منها أو التى تجاوزت الميزانية فى النفقات؛ وتركز على المشكلات. وفى اجتماع اللجنة الشهرى الذى صار كذلك نموذجا روتينيا عمليا فى جميع المشروعات وليس فى المشروعات التجارية فقط، تُناقش المشكلات الواردة فى هذا التقرير دون سواها.

فالمشكلات لا يمكن تجاهلها. ويجب تركيز العناية بالمشكلات الخطيرة. ولكن لى تكون المشروعات قائدة للتغيير يجب أن تركز على الفرص؛ فتجوع المشكلات وتغذى الفرص.

وهذا يتطلب تغييرا صغيرا ولكنه أساسى فى الإجراءات؛ إذ ترفق "بالصفحة الأولى" من التقرير الشهرى بحيث تسبق الصفحة التى توضح المشكلات، صفحة تركز على النتائج التى تحققت وفاقَت التوقع، سواء فى مجال المبيعات أو العائدات أو الأرباح أو الحجم. وتستغرق الصفحة الأولى وقتا فى مناقشتها يماثل الوقت التقليدى الذى تستغرقه صفحة المشكلات. وفى بعض المنظمات التى نظمت نفسها لتكون قائدة فى التغيير بنجاح تستغرق صفحة الفرص صباحا كاملا أو يوما كاملا، يتبعه صباح كامل أو يوم كامل يخصص للمشكلات.

والمشروعات التى تنجح فى أن تكون قائدة للتغيير تتأكد من أنها تزود هذه الفرص بمزيد من العاملين.

والطريقة التى تُتبع فى هذا هى تسجيل الفرص فى صفحة واحدة، وتسجيل العاملين المنفذين القادرين فى صفحة أخرى. ثم يخصص أقدر العاملين وأكثرهم فاعلية فى الأداء لقمة الفرص.

وهذا يدل على أن الفرصة الأولى والأفضل عادة فى التغيير الناجح تتحقق باستغلال النجاح والبناء عليه.

وأفضل مثال لذلك ربما كانت شركة سونى اليابانية. فقد بنت نفسها لتكون واحدة من قادة العالم فى عدد من الأعمال التجارية الكبرى، بالاستغلال المنهجى للنجاح مرة تلو الأخرى سواء أكان صغيرا أو كبيرا.

فجميع أدوات سونى الإلكترونية الاستهلاكية، والأعمال التى تُعرف بتميزها وبأنها قائدة فى العالم، تعتمد على منتج لم يكن حتى من اختراع سونى، وهو جهاز التسجيل ذو الشريط. فأحد النجاحات فى منتج سونى المبني على المسجل ذى الشريط، استخدم فى تصميم منتج تال، ثم فى تصميم منتج آخر، بناء على النجاح فى ذلك المنتج وهكذا. ولم تكن هناك أية خطوة كبيرة؛ ولم تكن جميعها ناجحة. ولكن باستغلال النجاح، لم يكن يواجه ذلك المنتج الإضافى الجديد سوى القليل النادر من المخاطر، حتى إذا لم ينجح لا تتحمل الشركة خسارة جسيمة. وتوافر العدد الكافى من المنتجات الناجحة الذى يكفل لشركة سونى أن تكون واحدة من أكبر الشركات العالمية، ولكنها كذلك واحدة من أنجح المشروعات المتناسقة.

ومن الأمثلة الأخرى مجموعة الأجهزة الإلكترونية الطبية فى شركة جنرال إلكتريك الأمريكية. ظهرت فى مجال التنافس الشديد بصفقتها أكبر وأكثر المصنّعين نجاحا، ولكنها ظهرت كذلك بصفقتها قائدة للتغيير. فعلت ذلك ظاهريا باستغلال نجاحاتها

وببناء منتج على كل نجاح، وفي معظم الأحيان بإدخال تغيير صغير جدا، ولكنه قدم للأطباء والمستشفيات تحسينات مهمة.

واستغلال النجاح بصفته تحسين مستمر، سوف يؤدي إن عاجلا أو آجلا إلى التجديد الأصيل. وسوف تأتي النقطة التي تحدث فيها الخطوات الصغيرة من استغلال النجاح تغييرا جذريا كبيرا، أى فى شىء جديد ومختلف أصلا.

ثانيا- إيجاد التغيير

وآخر سياسة يصنعها قائد التغيير فى المشروع هى سياسة منهجية للتجديد، أى سياسة لإيجاد التغيير.

وهذا هو المجال الذى يحظى بمعظم الاهتمام اليوم. وربما لم يكن أهم المجالات، بل إن الهجر المنظم والتحسين واستغلال النجاح ربما كانت أهم من الناحية الإنتاجية فى كثير جدا من المشروعات. وبدون هذه السياسات، أعنى بها الهجر والتحسين واستغلال النجاح، لا تأمل أية منظمة فى أن تكون مجددة ناجحة.

ولكن لى يكون المشروع قائدا ناجحا للتغيير، عليه أن يطبق سياسة التجديد المنهجى. والسبب الرئيسى ربما لا يكون حاجة قادة التغيير إلى التجديد؛ رغم أنه قد يكون كذلك. والسبب الرئيسى هو أن سياسة التجديد المنهجى تنتج الفكر الراجح الذى يؤدي بالمنظمة إلى أن تكون قائدا للتغيير. فذلك يجعل المنظمة بأسرها ترى التغيير بصفته فرصة.

نوافذ الفرص

وهذا يتطلب من السياسة المنهجية أن تبحث كل ستة أو سبعة شهور عن التغييرات التى ربما تكون فرصا، فى المجالات التى أسميها "نوافذ الفرص".

● النجاحات غير المتوقعة والفشل غير المتوقع للمنظمة؛ وكذلك النجاحات غير المتوقعة والفشل غير المتوقع للمنظمات المنافسة.

• التعارض وخاصة فى الإجراءات، سواء أكان فى الإنتاج أو التوزيع أو التعارض فى سلوك العملاء.

• احتياجات المعالجة.

• التغيرات فى الصناعة وفى بناء السوق.

• التغيرات فى التعداد والتوزيع السكانى.

• التغيرات فى المعنى والمفهوم.

وأخيرا

• المعرفة الجديدة(*)).

ويثير أى تغير فى أى مجال من هذه المجالات السؤال: "هل يُعتبر ذلك فرصة لنا لنجد أى منتج مختلف المنتوجات والخدمات والمعالجات؟ هل تشير إلى أسواق و/أو عملاء جدد ومتنوعين؟ وإلى تقنيات جديدة ومختلفة؟ وإلى قنوات توزيع جديدة ومختلفة؟" والتجديد لا يخلو من المخاطرة. ولكن التجديد إذا قام على أساس استغلال ما حدث بالفعل فى المشروع ذاته أو فى أسواقه أو فى معرفته أو فى مجتمعه أو فى التوزيع الديموغرافى للسكان وغير ذلك، فسوف تقل المخاطرة عن عدم التجديد باستغلال هذه الفرص.

والتجديد ليس "ومضة نكاء"، بل هى عمل شاق. وهذا العمل يجب تنظيمه كجزء منتظم فى كل وحدة من وحدات المشروع، وفى جميع مستويات الإدارة.

ما الذى تحجم عن فعله؟

هناك ثلاثة شركاء يتردى فيها قادة التغيير مرة تلو الأخرى، ويجب تجنبها:

(*) هذه النوافذ تم توصيفها بالتفصيل وبالأمثلة فى كتابى **التغيير والالتزام** (١٩٨٥) (نيويورك: هاربر كولينز؛ أكسفورد باترويرث/ هاينمان).

١- الشريك الأول هو فرصة التجديد التي لا تتناغم مع الحقائق الاستراتيجية التي سبق مناقشتها في الفصل الثاني من هذا الكتاب.

وفي معظم الأحيان "ألا تعمل". والتجديد الوحيد المحتمل نجاحه هو الذي يتناسب مع هذه الحقائق الكبرى، عن التوزيع الديموغرافي للسكان، أو عن التغيرات في توزيع الدخل، أو عن الطريقة التي تعرف بها المؤسسة وعملاتها "الأداء"، أو عن المنافسة العالمية، أو عن الحقائق السياسية والاقتصادية. ولكن الفرصة السيئة غالباً ما تبدو مغرية، نظراً إلى إنها تبدو "جديدة" حقاً. ولكنها إذا لم تؤد إلى الفشل كما يحدث عادة، فهي تحتاج دائماً إلى جهد ومال ووقت غير عادى ضائع.

٢- والشريك الثاني هو الخلط بين "الإبداع لشيء غير مألوف" و"التجديد". فاختبار التجديد يتم بإيجاد القيمة، بينما الإبداع يؤدي فقط إلى التسلية؛ إلا أن الإدارات تصمم مرة تلو الأخرى على التجديد، لا لشيء إلا لأنها ملّت فعل نفس العمل أو صناعة ذات المنتج يوماً بعد يوم. واختبار التجديد مثل اختبار الجودة ليس بقولنا: "هل نحبّه؟" بل بقولنا: "هل يريده العملاء ليشترونه؟".

٣- والشريك الثالث هو الخلط بين الحركة والفعل. فعندما يتوقف المنتج أو الخدمة أو المعالجة عن تقديم النتائج المطلوبة، ويجب هجره أو تغييره جذرياً، يجب أن "تعيد المنظمة تنظيمها". ومن المؤكد أن إعادة التنظيم مطلوبة في كثير من الأحيان. ولكنها تأتي بعد الفعل، أي بعد مواجهة "ماذا" و"كيف". فما إعادة التنظيم إلا مجرد حركة وليست بديلاً عن الفعل.

وهذه الشراك الثلاث جذابة إلى درجة أن كل قائد تغيير يتوقع أن يتردى في أحدها أو كلها مرة بعد مرة. وهناك طريقة واحدة لتجنبها: هي تقديم مقدمة التغيير، أي النموذج التجريبي **Piloting**.

ثالثاً- النموذج التجريبي

تستخدم جميع أنواع المشروعات بسخاء كل أنواع بحوث الأسواق وبحوث العملاء للحد من أو لاستئصال مخاطر التغيير. ولكن لا نستطيع تسويق البحث الجديد

تماما، فإن الشيء الجديد ليس صحيحا لأول وهلة. فالمشكلات حتما تظهر من حيث لا يدرى أحد. ومن المؤكد أن المشكلات التى تبدو للعيان كبيرة جدا أمام مصمم السلعة أو الخدمة، يتبين أنها تافهة أو غير موجودة أصلا. وفوق كل هذا، فالطريقة المحددة لأداء الواجب لا شك فى أننا نتبين أنها تختلف عما يفعلها المصمم الأصلي. فهذا هو "قانون الطبيعة" الذى يفيد بأن أى شيء جديد حقا سواء أكان منتجا أو خدمة أو تقنية يجد سوقه الفسيح ويتزايد الطلب عليه من حيث لا يتوقع مصمم التجديد أو الملتزم، وفى غير الاستخدام الذى قرره مصمم التجديد أو الملتزم لهذا المنتج أو الخدمة أو التقنية. وهذا ما لا تستطيع بحوث الأسواق أو بحوث العملاء اكتشافه.

وأفضل الأمثلة أحدثها.

فآلة البخار المحسنة التى صممها جيمس وات (١٧٣٦-١٨١٩) وسجلها فى ١٧٧٦ كانت الحدث الذى جعل معظم الناس تستبشر بظهور الثورة الصناعية. وشاهد وات بالفعل واحدا فقط من استخدام الآلة البخارية وهو نزح الماء من مناجم الفحم، وهذا هو الاستخدام الذى صممها من أجله. وباعها فقط لأصحاب مناجم الفحم. وكان شريكه ماثيو بولتون (١٧٢٨-١٨٠٩) هو الذى يعتبر بحق والد الثورة الصناعية، إذ رأى بولتون أن الآلة البخارية المحسنة يمكن استخدامها فى الصناعة الأولى فى إنجلترا وهى صناعة النسيج، وخاصة فى غزل ونسج القطن. وفى خلال عشر أو خمس عشرة سنة بعد أن باع بولتون الآلة البخارية الأولى لمصانع الأقطان هبط سعر النسيج القطنى بنسبة ٧٠٪. وهذا هو الذى أوجد كلا من سوق الجملة الأول والمصنع الأول، وبالتالي الرأسمالية الحديثة والاقتصاد الحديث معا.

فليست الدراسات ولا بحوث الأسواق ولا النماذج التى يقدمها الحاسب الإلكترونى بديلا عن اختبار الحقيقة. فأى شيء محسن أو جديد فى حاجة إلى الاختبار أولا على مستوى مصغر أى فى حاجة إلى نموذج تجريبى.

والطريقة لفعل ذلك هي إيجاد أشخاص في المشروع يريدون ذلك حقا. وكما قلنا سلفا، كل جديد يأتى بالمتاعب. وحينئذ يحتاج الأمر إلى بطل. يحتاج إلى من يقول: "سأتصدى لتحقيق هذا النجاح"، ثم يُقدم على القيام به. وهذا الشخص يجب أن يحظى باحترام المنظمة. ولا يلزم أن يكون من المنظمة. ومن الأساليب الحسنة لتنفيذ نموذج تجريبى لأحد المنتجات أو الخدمات الجديدة، إيجاد عميل يطلب الجديد بالفعل وينوى العمل مع المنتج لتحقيق النجاح فى المنتج الجديد أو الخدمة الجديدة.

فإذا نجح اختبار النموذج التجريبى، وإذا وجد المشكلات التى لم يتوقعها أحد، وكذلك الفرص التى لا يتوقعها أحد، سواء أكان ذلك فى التصميم أو فى السوق أو فى الخدمة، فسوف تقل المخاطرة فى التغيير. وسوف يتضح كذلك أين نقدم التغيير وكيف نقدمه؛ أى الخطة العامة للالتزام بالاستخدام.

ميزانيتنا قائد التغيير

وفى النهاية، تحتاج قيادة التغيير الناجحة إلى سياسات المحاسبة الدقيقة والميزانية. وتحتاج إلى ميزانيتين منفصلتين:

ففى معظم المشروعات، وليس فى المتاجر فحسب، هناك ميزانية واحدة محددة لدورة العمل التجارى. وفى الأوقات المناسبة يزيد مجلس إدارة المشروع النفقات. وفى الأوقات غير المناسبة يخفض مجلس إدارة المشروع النفقات. وهذا بطبيعة الحال يضمن إغفال المستقبل المنشود.

والميزانية الأولى لقائد التغيير ميزانية فاعلة توضح النفقات اللازمة للحفاظ على مستقبل المتجر. وعادة ما يمثل هذا من ٨٠ حتى ٩٠٪ من النفقات.

وهذه الميزانية يجب أن تعالج دائما بالسؤال التالى: "ما هو الحد الأدنى اللازم إنفاقه للحفاظ على انتظام العمل؟" وفى الأوقات العصيبة يجب ضبط

انخفاضها، رغم أنه في أوقات الرخاء ربما لا يُضبط صعودها، وهو بالتأكيد أكثر من حجم و/أو عائدات الزيادة.

وحيث أن يكون لقائد التغيير ميزانية أخرى منفصلة للمستقبل. وتظل هذه الميزانية ثابتة في كل من أوقات الرخاء وأوقات الشدة. ويندر أن تصل إلى ١٠ أو ١٢٪ من المجموع الكلي لنفقات المشروع، وينطبق هذا على كل من المتاجر والمشروعات الأخرى.

وقليل جدا من النفقات المخصصة للمستقبل ما يثمر نتائج طيبة ما لم نحافظ عليها بالبقاء في مستوى مستقر في فترات الرخاء. ويوجه هذا للعمل في منتجات جديدة وخدمات جديدة وتقنيات جديدة؛ من أجل تنمية الأسواق والعملات وقنوات التوزيع وفوق كل هذا تنمية الناس.

ويجب أن تعالج ميزانية المستقبل بالسؤال التالي: "ما هو الحد الأقصى الذي يستوعبه هذا النشاط لتحقيق النتائج الأمثل؟" وهذا القدر يجب الحفاظ عليه في أوقات الرخاء وأوقات الشدة، ما لم تأت أوقات كارثية يصبح فيها الحفاظ على هذه النفقات تهديدا لبقاء المشروع.

ويجب كذلك أن تتضمن ميزانية المستقبل النفقات اللازمة لاستغلال النجاح. ومن أكثر الأمور انتشارا وأكثرها خسارة، أن تنقص من النفقات المخصصة لاستغلال النجاح وخاصة في أوقات الشدة من أجل الحفاظ على النفقات اللازمة للعمليات الجارية، وخاصة النفقات المخصصة للحفاظ على الماضي. وتظل القضية: "هذا المنتج أو الخدمة أو التقنية حقق نجاحا على أية حال، ولا يحتاج إلى مزيد من المال لضخه فيه". ولكن الصواب هو: "إن هذا نجاح ينبغي دعمه إلى أقصى حد ممكن". ويجب دعمه وخاصة في أوقات الشدة عندما تؤدي المنافسة إلى نقص الإنفاق؛ وبهذا يُحتمل أن تحدث ثغرة.

ونحن نميل إلى الإدارة المبنية على التقارير التي نتلقاها ونشاهدها. وهذا يفسر لقائد التغيير أهمية أن تركز التقارير على المناطق التي يحرز فيها المشروع

تقدما أكثر من المتوقع، والمناطق التي يحدث فيها النجاح غير المتوقع وكذلك المناطق ذات الفرص المحتملة. كما يفسر لماذا يصبح من الأهمية الكبرى لقائد التغيير أن تتوافر لديه ميزانية تمكنه من الالتزام بصنع المستقبل وبأن يكون فى طليعة التغيير.

رابعا- التغيير والاستمرار

صُممت المؤسسة التقليدية على الاستمرار فى البقاء. وجميع المؤسسات القائمة، سواء أكانت متاجر أو جامعات أو مستشفيات أو كنائس، يتعين عليها أن تبذل جهودا مضمّنية لكى تكون قابلة للتغيير، قادرة على تحقيقه. كما تشرح لماذا تواجه هذه المؤسسات القائمة مقاومة للتغيير. فالتغيير بالنسبة للمؤسسة التقليدية عبارة متناقضة.

فقيادة التغيير على أية حال مصمّمون على التغيير، ومع ذلك لا يزالون فى حاجة إلى الاستمرار. ويحتاج الناس إلى أن يعرفوا أين يقفون. ويحتاجون إلى معرفة الآخرين الذين يعملون معهم، وماذا يتوقعون، والقيم والقواعد التى تعمل بموجبها المنظمة. ويحجمون عن أداء وظائفهم إذا كانت البيئة المحيطة غامضة لا يمكن التنبؤ بمستقبلها ويستعصى عليهم إدراكها وصارت غير معروفة. ولكن الاستمرار مطلوب بنفس القدر خارج المشروع. والحقيقة أننا نزداد يقينا بأهمية العلاقات البعيدة المدى. ولكى تكون قادرا على التغيير السريع تحتاج إلى علاقات وثيقة ومستمرة مع الموردين والموزعين. ولكن المشروع يجب كذلك أن تكون له "شخصية" توضح كيانه بين عملائه وأسواقه، وذلك بالنسبة للمتاجر وغير المتاجر.

فالتغيير والاستمرار قطبان لمحور أكثر من كونهما متعاكسين. وكلما زاد اهتمام المنظمة بأن تكون قائداً للتغيير زادت حاجتها إلى الاستمرار داخليا وخارجيا، وزادت حاجتها إلى الموازنة بين التغيير السريع والاستمرار.

وهذه الموازنة من المرجح أن تحظى بالاهتمام الكبير بإدارة الغد، بالنسبة للممارسين التطبيقيين والباحثين والكتاب فى علم الإدارة. ولكننا نعرف حاليا الكثير عن

كيفية إيجادها. فبعض المؤسسات قادة للتغيير بالفعل، وتصدت لمعالجة المشكلة رغم أنها لا تتوصل دائما إلى الحل.

ومن الطرق المستخدمة أن تجعل المشاركة في التغيير أساسا للعلاقات المستمرة. وهذا هو ما فعلته "مجموعة الشركات" اليابانية في العلاقة بين المورد والمصنّع، وهو النظام الذى طبقتة سريعا المتاجر الأمريكية فى "محاسبة السلسلة الاقتصادية"، (نناقشها فى الفصل التالى من هذا الكتاب). ونحن نطور الآن مشاركات تضامنية فى التغيير، لتكون أساسا فى استمرار العلاقات بين المصنّع والموزع، كما حدث بين بروكتور وجامبل، أكبر منتج فى العالم للأدوات المنزلية، وتاجر التجزئة الكبير مثل وول مارت.

ولكن العلاقات داخل المشروع، (كما سبق شرحه فى الفصل الأول) هى الأخرى يتزايد اقترابها من أن تكون مشاركة تضامنية شاملة العاملين فى المنظمة، والعاملين فى شركات جلب العمالة من الخارج من العاملين بالفعل فى فرق العمل بالمشروع، والعاملين من الخارج من المقاولين المستقلين. وهذه العلاقات مرة ثانية فى حاجة متزايدة إلى التنظيم بصفتها علاقات بين شركاء متضامنين فى عملية التغيير على المدى الطويل.

والموازنة بين التغيير والاستمرار تحتاج إلى عمل مستمر فى مجال المعلومات. فلا شئ يمزق العلاقات ويفسدها أكثر من المعلومات الخاطئة المضللة التى لا يُعتمد عليها، فيما عدا المعلومات المضللة عن قصد. ويجب أن يصبح نمطا روتينيا متكررا فى أى مشروع، السؤال عن أى تغيير حتى ولو كان صغير الحجم؛ "من الذى يحتاج إلى هذه المعلومات؟" ويصبح هذا أكثر أهمية الآن نظرا إلى إن العاملين ليسوا بالضرورة عاملين بجوار بعضهم البعض، ولا يرى أحدهم الآخر على فترات طوال اليوم. وكلما زاد اعتماد المشروعات على العاملين سويا دون أن يكونوا متجاورين؛ أى يستخدمون التقنيات والأجهزة الحديثة فى تداول المعلومات؛ زادت أهميتها فى التأكد من أن الجميع أبلغوا بالمعلومات.

وفى الوقت ذاته، سوف تتزايد أهمية هؤلاء العاملين فى أن يجتمعوا ويلتقى أحدهم بالآخر، ويعمل معه على أساس منظم ومنهجي ومخطط. ولا تغنى المعلومات المتبادلة من مسافات بعيدة عن العلاقات المتبادلة وجها لوجه، التى تعتبر بالفعل أكثر أهمية؛ إذ تزيد أهميتها فى جعل العاملين يعرفون ما يتوقع أحدهما من الآخر، وكيف يتصرف الآخر بالفعل، وكيف يثق أحدهما فى الآخر. وهذا يعنى المعلومات المنهجية، وخاصة المعلومات المتعلقة بالتغيير، وكذلك العلاقات المنظمة وجها لوجه، أى توافر الفرص لأن يعرف كل منهم الآخر ويفهمه.

والمعلومات مهمة جدا عندما يكون التغيير ليس مجرد تحسين، بل شىء جديد حقا. ويجب أن يسير أى مشروع يصبو إلى أن يصير قائدا ناجحا للتغيير، على قاعدة حازمة لتجنب المفاجآت. وفوق كل هذا، هناك حاجة ملحة للاستمرار فيما يتعلق بالأساسيات فى المشروع مثل: المهمة، والقيم، والتعريف بالأداء والنتائج. ويمكن القول بإيجاز، إن التغيير المستمر فى المشروع القائد للتغيير، يحتم أن تكون القواعد التى يُبنى عليها فائقة القوة.

وأخيرا فإن الموازنة بين التغيير والاستمرار يجب أن تُبنى على التعويض والتميز والمكافآت. تعلّمنا منذ ربح طويل أن العمل التجارى الذى لا يقدم فيه المجددون الناجحون تجديداتهم إلى الإدارة العليا لن يحدث فيه تجديد. وعلينا أن نتعلم بالمثل أن المنظمة يتعين عليها أن تكافئ الاستمرار، باعتبار العاملين الذين يقدمون تحسينا مستمرا، ذوى قيمة للمنظمة ويستحقون التميز والمكافأة مثل المجددين الأصليين.

خامسا- بناء المستقبل

هناك أمر مؤكد بالنسبة للدول المتقدمة وربما بالنسبة للعالم بأسره كذلك؛ هو أننا نواجه سنوات طوال من التغييرات الجذرية. وليست هذه التغييرات مبدئيا تغييرات

اقتصادية، وليست حتى فى البداية تغييرات تقنية، بل هى تغييرات فى التعداد الديموغرافى للسكان، وفى السياسة والمجتمع والفلسفة، وفوق كل شىء فى نظرة العالم. ولن تكون النظرية الاقتصادية ولا السياسة الاقتصادية فعاليتين بذاتهما فى تلك الفترة. وليست هناك كذلك نظرية اجتماعية فى تلك الفترة أيضا. وبعد أن تنتهى هذه الفترة بعدة عقود يُحتمل أن تدبج النظريات التى تشرح ماذا حدث. ولكن هناك بضع أشياء مؤكدة فى هذه الفترة. ومن العبث على سبيل المثال، أن نحاول تجاهل التغييرات ونتظاهر بأن الغد سوف يماثل الأمس. وهذا هو على أية حال الوضع الذى تميل المؤسسات الحالية إلى تبنيه فى تلك الفترة، سواء أكانت أعمالا تجارية أو غير ذلك. وفوق كل هذا، فتلك هى السياسة التى يُحتمل أن تنتهجها المؤسسات الأكثر نجاحا فى الفترة السابقة للتغيير. ومن المحتمل أن تعاني من الوهم بأن الغد سوف يماثل الأمس. ولهذا فمما لا شك فيه أن عددا كبيرا من قادة اليوم فى جميع المجالات، سواء أكانوا فى المتاجر أو فى التعليم أو فى الصحة، لا يحتمل أن يظلوا فى مناصبهم بعد حوالى ثلاثين عاما من الآن. ومن المؤكد أنهم لن يكونوا بهيئاتهم التى هم عليها الآن. ولكن لمحاولة التنبؤ بالتغييرات لا يحتمل بالمثل أو تكون ناجحة. وهذه التغييرات لا يمكن التنبؤ بها.

والسياسة الوحيدة التى يحتمل نجاحها هى محاولة بناء المستقبل. وينبغى بطبيعة الحال أن تناسب الحقائق المؤكدة التى حاول هذا الكتاب أن يلقي عليها الضوء فى الفصل السابق. ورغم هذه القيود والمحظورات فلا يزال المستقبل قابلا للتطلع إليه، ويمكن بناؤه.

ومحاولة بناء المستقبل محفوفة بالمخاطر. وهى أقل خطورة من عدم محاولة بنائه. ومن المؤكد أن عدداً كبيراً ممن حاولوا تحقيق ما ناقشه هذا الفصل سوف تبوء محاولاتهم بالفشل. ولكننى أتوقع نجاح الآخرين.

الفصل الرابع

تحديات المعلومات

ثورة المعلومات الجديدة. من التقنية إلى المعلومات فى مصطلح تقنية المعلومات. دروس من التاريخ. درس من التاريخ إلى علماء التقنية. ثورة الطباعة الجديدة. المعلومات التى تحتاج إليها المشروعات. من محاسبة التكاليف إلى التحكم فى النتائج. من الصياغة القانونية إلى الحقائق الاقتصادية. المعلومات من أجل تكوين الثروة. أين توجد النتائج. حاجة المديرين التنفيذيين إلى المعلومات لإنجاز أعمالهم. تنظيم المعلومات. لا مفاجآت. التوجه إلى الخارج.

مقدمة

ثورة المعلومات الجديدة

تتخذ ثورة المعلومات الجديدة مجراها بثقة. وبدأت بمشروعات الأعمال التجارية وبمعلوماتها؛ ولكنها من المؤكد أن تغمر جميع مؤسسات المجتمع. وسوف تغير جذريا معنى المعلومات عند كل من المشروعات والأفراد. وليست ثورة فى التقنية ولا الآلات ولا أساليب المعالجة ولا برامج الحاسبات الإلكترونية ولا السرعة؛ بل هى ثورة فى المفاهيم. ولا تحدث فى تقنية المعلومات ولا فى مناهج معلومات الإدارة، ولن يقدرها رؤساء العاملين فى المعلومات؛ بل يقودها العاملون الذين تميل صناعة المعلومات إلى أن تزدرى، وهم المحاسبون. ولكن ثورة المعلومات كذلك ماضية فى سبيل المعلومات للفرد. وليست تحدث فى تقنة المعلومات ولا منهج معلومات الإدارة، ولن يقودها رؤساء العاملين فى المعلومات؛ بل هى ثورة فى الطباعة. والذى فجر هذه الثورات فى المعلومات ودفعها إلى الأمام هو فشل "صناعة المعلومات" أى فشل العاملين فى صناعة المعلومات والعاملين فى مناهج معلومات الإدارة ورؤساء العاملين فى المعلومات فى الإمداد بالمعلومات.

ومنذ خمسين عاما وحتى الآن ركزت تقنية المعلومات على البيانات: جمعها وتخزينها ونقلها وعرضها. ركزت الضوء على "التقنية" في "تقنية المعلومات"; بينما تُركز ثورة المعلومات الجديدة الضوء على "المعلومات". وتسأل: "ما معنى المعلومات وما هو الغرض منها؟" وهذا يقودنا سريعا إلى إعادة تعريف المهام الواجب تنفيذها بمساعدة المعلومات، ثم إعادة تعريف المؤسسات المناطة بتنفيذ هذه المهام.

أولا- من "التقنية" إلى "المعلومات" في مصطلح "تقنية المعلومات"

منذ نصف قرن، أى حوالى عام ١٩٥٠ كان الفكر السائد باكتساح، أن سوق "المعجزة" الجديدة أى الحاسب الإلكتروني، سوف يكون فى الشئون العسكرية والحسابات العلمية مثل علم الفلك. ونادى القليلون منا حينئذ بأن الحاسب الإلكتروني سوف يجد تطبيقات كبرى فى الأعمال التجارية، وسوف يؤثر فيها تأثيرا كبيرا. وهؤلاء القليلون رأوا بثاقب فكرهم، وخاصة التطبيقيون فى شركة الآلات العالمية للأعمال التجارية IBM الصاعدة حينذاك، أن الحاسب الإلكتروني سوف يكون أكثر من آلة حاسبة فى الأعمال التجارية، تقوم بسرعة بالأعمال الكتابية الروتينية مثل جداول الرواتب وفواتير الهواتف. ولم نوافق نحن المنشقين بطبيعة الحال كما يفعل الخبراء عادة. ولكننا نحن المنشقين المستقلين وافقنا على شىء واحد هو أن الحاسب الإلكتروني فى فترة وجيزة سوف يحدث ثورة فى أعمال الإدارة العليا. ووافقنا جميعا على أن آثاره الكبيرة المبكرة سوف تكون على سياسة الأعمال التجارية والخطط الاستراتيجية للأعمال التجارية وقرارات الأعمال التجارية.

ولم نكن قد أخطأنا. فالآثار الثورية حتى الآن صارت حيث لم يتوقع أحد: على العمليات.

فعلى سبيل المثال لم يتصور أحد منا أن برامج الحاسب الإلكتروني soft ware الآن متاحة حقا للمهندسين المعماريين. ففى جزء من التكلفة والوقت التقليديين يُصمَّم الأجزاء الداخلية للمباني الكبرى بما فيها أعمال الإمداد

بالمياه والصرف الصحى والإضاءة والتدفئة وتكييف الهواء ومواصفات وأوضاع المصاعد، وهى الأعمال التى كانت منذ بضع سنوات تستغرق حوالى ثلثى الوقت والتكلفة فى تصميم مبنى مجمع للمكاتب أو مدرسة كبيرة أو مستشفى أو سجن.

ولم يكن يتصور أحد منا كذلك برامج الحاسب الإلكترونى المماثلة فى ثورتها، المتاحة الآن للأطباء الجراحين المقيمين. فقد مكنتهم من إجراء "عمليات فعلية" تضمنت نتائجها "قتل فعلى" للمرضى إذا أجرى الجراح المقيم حركة جراحية خاطئة. وحتى عهد قريب كان الجراحون المقيمون نادرا ما يشاهدون حتى عملية قبيل انتهاء تدريبهم.

ومنذ نصف قرن لم يكن يتصور أحد برامج الحاسب الإلكترونى التى تُمكن أحد صناع المعدات الثقيلة الكبار مثل شركة كاتربيلر للجرارات من تنظيم عملياتها بما فيها التصنيع فى جميع أنحاء العالم، والخدمة المتوقعة واحتياجات الإحلال لعملائها. وكان للحاسب الإلكترونى أثر مماثل فى عمليات البنك، علما بأن الأعمال المصرفية ربما كانت الصناعة الأكثر اعتمادا على الحاسب الإلكترونى اليوم.

ولكن الحاسب الإلكترونى وتقنية المعلومات الصادرة عنه ليس لهما بالفعل حتى الآن أثر على القرار الخاص بالبناء أو عدم البناء لمبنى جديد لمكاتب أو مدرسة أو مستشفى أو سجن، ولا عن وظائفها التى يجب أن تقوم بها. وليس لهما بالفعل أثر على قرار إجراء عملية جراحية لمريض فى حالة حرجة، ولا عن أية عملية تجرى له. وليس لهما أثر على قرار صناع المعدات الخاص بأية أسواق يدخل وبأية منتجات، ولا بقرار بنك كبير يضم إليه بنكا كبيرا آخر. وتقنية المعلومات حتى الآن كانت منتجا للبيانات أكثر منها منتجا للمعلومات الخاصة بمهام الإدارة العليا؛ وبناء على ذلك صارت منتجا لأسئلة جديدة ومتنوعة ولخطط استراتيجية جديدة ومتنوعة.

ويميل العاملون فى مناهج معلومات الإدارة وتقنية المعلومات أن يلقوا اللوم فى هذا الفشل على ما يسمونهم المديرين التنفيذيين "الرجعيين" من أتباع "المدرسة

القديمة". وهذا هو التفسير الخاطئ. فالمديرون التنفيذيون فى الإدارة العليا لم يستخدموا التقنية الجديدة، لأنها لم تزودهم بالمعلومات التى يحتاجون إليها فى تنفيذ مهامهم. والبيانات المتاحة فى مشروع العمل التجارى مثلا لا تزال تعتمد اعتمادا كبيرا على نظرية باكورة القرن التاسع عشر القائلة: إن التكاليف المنخفضة تفرق بين الأعمال التجارية وتجعلها تتنافس مع بعضها بنجاح. فمنهج معلومات الإدارة تناول البيانات المعتمدة على هذه النظرية وعالجها بالحاسب الإلكترونى. وهى بيانات منهج المحاسبة التقليدى. فالمحاسبة نشأت أساسا منذ خمسمائة عام على الأقل، لتقدم البيانات التى تحتاجها الشركة لحفظ أصولها وتوزيعها فى حالة تصفية المشروع. والإضافة الكبرى الوحيدة للمحاسبة منذ القرن الخامس عشر، وهى محاسبة التكاليف، الطفلة فى العشرينيات من القرن العشرين، تهدف فقط إلى أن تذكرنا بمنهج المحاسبة فى اقتصاديات القرن التاسع عشر، وبالتحديد لعرض المعلومات عن التكاليف وضبطها. وبهذه المناسبة، فعلت ذلك المراجعة الشائعة حاليا لمحاسبة التكاليف: الجودة الشاملة للإدارة.

ولكننا بدأنا فى زمن الحرب العالمية الثانية نتبين أن مهمة الإدارة العليا لا تشمل الحفاظ على الأصول ولا التحكم فى التكاليف، لأنهما مهمتان من مهام العمليات. فالخسارة الخطيرة فى التكلفة ربما أدت إلى تدمير العمل التجارى. ولكن النجاح فى العمل التجارى يعتمد على شىء مختلف تماما، وهو تكوين القيمة والثروة. وهذا يتطلب المخاطرة فى اتخاذ القرار فى نظرية العمل التجارى، وفى المخطط الاستراتيجى للعمل التجارى، وفى هجر القديم وإحلال الجديد، وفى الموازنة بين القدرة على تحقيق الربح السريع وحصة السوق. ويتطلب الأمر اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على الحقائق المؤكدة الجديدة السابق دراستها فى الفصل الثانى. وهذه القرارات هى بحق مهام الإدارة العليا. وهذا التمييز هو الأساس فى ظهور الإدارة بعد الحرب العالمية الثانية كنظام منفصل ومميز عما كنا نسميه حينئذ اقتصاديات العمل التجارى، ويسمى الآن الاقتصاديات الجزئية. ولكن المنهج المحاسبى التقليدى لا يقدم معلومات إلى أى من مهام الإدارة العليا. والحق يقال إن

هذه المهام لا تنسجم مع نظريات النموذج المحاسبي التقليدي. وتقنية المعلومات الجديدة المعتمدة على الحاسب الإلكتروني ليس أمامها اختيار غير الاعتماد على بيانات المنهج المحاسبي. وليس هناك غيره متاحا. فهو الذي يجمعها ويعالجها في برامجها ويتداولها ويحللها ثم يعرضها. ويعتمد على هذا إلى حد بعيد الأثر الهائل الذي أحدثته التقنية الجديدة على العمليات التي صُممت من أجلها بيانات محاسبة التكاليف. ولكنها تشرح كذلك أثر تقنية المعلومات الذي يقرب من الصفر على إدارة الأعمال التجارية ذاتها.

وفشل الإدارة العليا في تداول البيانات الواردة من تقنية المعلومات حتى الآن هو الذي فجر ثورة المعلومات الجديدة التالية. وسرعان ما تبين خبراء تقنية المعلومات، وخاصة رؤساء العاملين في المعلومات في الأعمال التجارية، أن بيانات المحاسبة ليست ما يحتاج إليه مساعدهم، وهي البيانات التي تشرح على نطاق واسع لماذا يميل العاملون في منهج معلومات الإدارة وتقنية المعلومات إلى الاستخفاف بالمحاسبة والمحاسبين. ولكنهم لم يتبينوا كقاعدة أن المطلوب ليس المزيد من البيانات أو المزيد من التقنية أو المزيد من السرعة. فما نحن في حاجة إليه ما هو إلا تعريف المعلومات والمفاهيم الجديدة. وبدأ العاملون في الإدارة العليا في مشروع بعد الآخر في الأيام القليلة الماضية يسألون: "ماذا نحتاج إليه من مفاهيم المعلومات لتحقيق مهامنا؟" وقد بدأوا الآن يطلبونها من العاملين في المحاسبة، وهم العاملون التقليديون في إمدادهم بالمعلومات.

وتطورت المحاسبة الجديدة نتيجة لهذه الأسئلة، وناقشها في قسم قادم من هذا الفصل: "المعلومات التي تحتاج إليها المشروعات". وهذا هو المجال الجديد الأكثر أهمية، وهو الذي ليس لنا فيه حتى الآن وسائل منهجية ومنظمة للحصول على المعلومات: المعلومات عن خارج المشروع. وهذه الوسائل الجديدة متنوعة في نظرياتها وأصولها. تطور كل منها مستقلا عن الآخر وبمعرفة خبراء متنوعين. ولكنها جميعا تشترك في خاصيتين: فهي تهدف إلى تقديم المعلومات بدلا من البيانات، وهي مُصممة

من أجل الإدارة العليا وتقدم المعلومات من أجل المهام والقرارات الخاصة بالإدارة العليا.

بدأت ثورة المعلومات في المتاجر وتطورت تطورا سريعا بها. ولكنها تدور حول بعث ثورة في التعليم وفي الرعاية الصحية. ومرة ثانية، ستكون التغيرات في المفاهيم في النهاية على أقل تقدير مهمة بقدر التغيرات التي تحدث في الأدوات والتقنية. ومن الأمور المقبولة عامة الآن أن تقنية التعليم واجبة لإحداث تغيرات جذرية، وبها تحدث تغيرات جذرية في البناء. والتعليم عن بُعد على سبيل المثال ربما يلغى خلال خمسة وعشرين عاما تلك المؤسسة الأمريكية الفريدة، ألا وهي الكلية الحرة لتخريج الطلاب. وصار واضحا يوميا أن هذه التغيرات التقنية لابد أن تؤدي إلى إعادة التعريف بما هو مقصود بالتعليم. ومن النتائج المحتملة أن ينتقل مركز الجاذبية في التعليم العالي، أي ما بعد التعليم الثانوي، إلى الاستمرار في التعليم المهني للبالغين أثناء مراحل حياتهم العملية بأسرها. وهذا بدوره يؤدي إلى تحريك التعليم من حرم الجامعة إلى عدد من الأماكن الجديدة مثل البيت أو السيارة أو قطار الرحلات اليومية أو مكان العمل أو الطابق السفلي من الكنيسة أو قاعة الاستماع في المدرسة، حيث تستطيع المجموعات الصغيرة أن تجتمع بعد ساعات العمل.

وبالمثل يُحتمل أن يؤدي الانتقال في المفهوم في مجال الرعاية الصحية من تعريف الرعاية الصحية بأنها الصراع ضد المرض إلى تعريفها بأنها الحفاظ على الوظائف البدنية والعقلية. ويظل الصراع ضد المرض جزءا مهما بطبيعة الحال من الرعاية الطبية، ولكن كجزء صغير من الرعاية الصحية، كما يسميها أحد علماء المنطق. ولن يعايش هذا التغيير مقدمو الرعاية الصحية النمطيون ولا المستشفيات ولا الأطباء من الممارسين العموميين، لا في شكلهم الحالي ولا في وظائفهم.

وسوف ينتقل التأكيد في مجالي التعليم والرعاية الصحية من "التقنية" في "تقنية المعلومات" إلى "المعلومات" كما تنتقل الآن في الأعمال التجارية.

دروس من التاريخ

وثورة المعلومات الحالية هي بالفعل رابع ثورة معلومات في التاريخ البشرى. وكانت **الثورة الأولى** هي ابتكار الكتابة في ميزوپوتاميا (العراق حاليا) منذ خمسة آلاف إلى ستة آلاف عام؛ ثم جاء مستقلا عما سبق في الصين بعد ذلك ببضع آلاف من السنوات، ثم في مايا في أمريكا اللاتينية بعدئذ بألف وخمسمائة سنة. وحدثت **الثورة الثانية** للمعلومات بابتكار الكتاب المكتوب في الصين أولا في حوالى عام ١٢٠٠ ق.م.، ثم حدث مستقلا في بلاد الإغريق بعد ذلك بثمانمائة عام، عندما نسخ بايزيستراتوس ملك أثينا ملحمتى هوميروس (**الإلياذة والأوديسا**) في كتب، وكانتا تُنشدان فقط. وحدثت **الثورة الثالثة** باختراع جوتنبرج المطبعة، والنموذج المتحرك في عامى ١٤٥٠ و ١٤٥٥، وكذلك بالاختراع المتزامن معه للحفر على المعادن. وليست لدينا وثائق تؤكد الثورتين الأوليين، رغم أننا نعلم أن أثر الكتاب المكتوب كان عظيما في كل من بلاد الإغريق والرومان والصين. والحقيقة إن الحضارة الصينية ومنهاج الحكومة في الصين لا يزال مبنيا عليها. ولكن لدينا مادة غزيرة عن الثورة الثالثة في الطباعة والحفر. فهل نتعلم شيئا اليوم مما حدث منذ خمسمائة عام؟

وأول شئ نتعلم هو التواضع البسيط.

ويظن كل امرئ اليوم أن ثورة المعلومات الحالية غير مسبوقة في خفض التكاليف ونشر المعلومات - سواء أكان قياسها بوحدة المعلومات في الحاسب الإلكتروني "byte" أو بحيازة الحاسب الإلكتروني - وفي سرعة واجتياح أثرها. وهذا الظن هراء لا محالة.

ففى الوقت الذى قدم فيه جوتنبرج المطبعة، كانت فى أوروبا صناعة مهمة للمعلومات. وربما كانت أوروبا أكبر مستخدم لها. فقد تكونت من مئات الأديرة، يضم الكثير منها أعدادا وفيرة من الرهبان ذوى الكفاءة العالية. وكان كل كاهن يشقى من الفجر حتى الغسق، ستة أيام فى الأسبوع، ينسخ كتباً بخط يده. وكان الكاهن المجتهد المدرب جيدا يستطيع أن ينسخ أربع صفحات يوميا، أو خمسا وعشرين

صفحة أثناء أيام الأسبوع الستة، أو ألفا ومائتين أو ألفا وثلاثمائة صفحة في السنة بخط يده.

وبعد خمسين عاما أى بحلول عام ١٥٠٠ أصبح الرهبان عاطلين، ويقدر البعض أولئك الرهبان بأكثر من عشرة آلاف فى جميع أنحاء أوروبا. وقد حل محلهم عدد قليل جدا من الحرفيين المهرة، هم "عمال الطباعة: الجدد الذين يبلغ مجموعهم ألفا منتشرين فى كل أوروبا، ولو أنهم بدأوا يثبتون جدارتهم فى الدول الاسكندنافية. وإنتاج كتاب مطبوع يحتاج الأمر إلى فريق عمل متناسق يتكون من عشرين عاملا حرفيا أو أقل، بدءاً بعامل المخرطة العالى الكفاءة، إلى جانب عدد أوفر؛ أى حوالى عشرة أفراد أو أكثر شاملين العمال الأقل كفاءة للتغليف. ومثل هذا الفريق أنتج كل عام حوالى خمسا وعشرين عنوانا، كل منها يتكون فى المتوسط من مائتى صفحة لكل عنوان، أو خمسة آلاف صفحة جاهزة للطباعة. وبحلول عام ١٥٠٥ صار فى الإمكان طباعة ألف نسخة. وهذا يعنى أن كل فريق عمل من عمال الطباعة يستطيع أن ينتج فى السنة ما لا يقل عن خمسة ملايين صفحة مطبوعة، تغلف فى ٢٥,٠٠٠ كتاب جاهز للبيع، أو ٢٥٠,٠٠٠ صفحة لكل فرد فى فريق العمل مقابل الألف ومائتين أو الألف وثلاثمائة صفحة التى كان ينتجها الراهب الواحد منذ خمسين عاما.

وهبطت الأسعار هبوطا كبيرا. ففى أواسط القرن الخامس عشر، أى قبل اختراع جوتنبرج، كان الكتاب ثروة لا يملكها إلا الأثرياء والمتعلمون الذين يستطيعون تحمل أثمانها الباهظة. ولكن عندما ظهر **إنجيل مارتين لوثر** الألمانى فى عام ١٥٢٢ فى أكثر من ألف صفحة، كان سعره منخفضا حتى تستطيع أفقر أسر الفلاحين أن تقتنى منه واحدا.

كان الانخفاض فى التكاليف والأسعار فى ثورة المعلومات الثالثة كبيرا يماثل الانخفاض الحالى فى **ثورة المعلومات الرابعة الحالية**. وكذلك كانت السرعة ودرجة الانتشار.

وكان هذا حقا بالنسبة لكل ثورة تقنية كبرى أخرى. ورغم أن القطن كان

الأكثر إقبالا عليه من جميع ألياف النسيج الأخرى، وهو سهل فى الغسل، ويمكن تصنيعه فى عدد لا نهائى من أصناف الملابس المختلفة، فهو يحتاج إلى وقت وعمل مكلف فى إعدادة. إذ يحتاج إلى إثني عشر أو أربعة عشر رجلا فى الساعة لإنتاج رطل من غزل القطن باليد، مقابل واحد أو اثنين رجل/ ساعة للصوف وإثنين حتى خمسة رجل/ ساعة للكتان وستة رجل/ ساعة للحرير. وعندما أدخلت آلات صناعة القطن لأول مرة فى حوالى عام ١٧٦٤ فجرت الثورة الصناعية. وفى عام ١٧٨٤ كان الوقت اللازم لإنتاج رطل من غزل القطن يهبط إلى بضع ساعات، وهذه الفترة الزمنية بين ١٧٦٤ و١٧٨٤ تصادف أن تماثل الفترة الزمنية بين الحاسب الموحد الرقمى الإلكتروني ENIAC وآلة الأعمال التجارية العالمية IBM 360. وهبطت الأسعار حوالى ٧٠٪ وزاد الإنتاج خمسا وعشرين ضعفا. ولكن ذلك كان لا يزال قبل ١٧٩٢ حيث قدم إيلى ويتنى محلجا للقطن الذى أحدث هبوطا آخر فى سعر غزل القطن بلغ ٩٠٪. وفى النهاية بلغ حوالى جزء من ألف عما كان عليه قبل الثورة الصناعية التى حدثت من قبل خمسين أو ستين عاما.

كانت تقنية الطباعة الجديدة ذات أهمية فى خفض التكاليف وزيادة السرعة تماثل أهميتها فى تأثيرها على المعلومات. فأول كتب مطبوعة بدءا **بإنجيل جوتنبرج** كانت باللغة اللاتينية. ولا تزال الموضوعات ذاتها تماثل موضوعات الكتب التى كتبها الرهبان من قبل بأيديهم: الدينية والدراسات الفلسفية وأية نصوص ظلت باقية من التراث اللاتينى. ولكن بعد عشرين عاما من اختراع جوتنبرج بدأت تظهر كتب لمؤلفين معاصرين، ولو أنها لا زالت تصدر باللاتينية. وبعد عشر سنوات أخرى كانت الكتب تطبع لا بالإغريقية والعبرية فحسب، بل تزايد إصدارها باللغات الأوروبية المعاصرة وأولها الإنجليزية. وفى عام ١٤٧٦ بعد عشرين سنة فقط من جوتنبرج، نشر الطابع الإنجليزى ويليام كاكستون (١٤٢٢-١٤٩١) كتابا عن موضوع عالمى هو **الشطرنج**. وبحلول عام ١٥٠٠ لم يقتصر الأدب الشعبى على الشعر مثل الملاحم خاصة، بل قصد النقل الشفاهى، وهو النثر فى الكتاب المطبوع.

وفى وقت قصير غيرت الثورة فى الطباعة كذلك المؤسسات بما فيها منهاج التعليم. وتأسست جامعة تلو الأخرى فى أوروبا فى العقود التى تلت ذلك، ولكنها لم تكن مثل سابقتها، فلم تكن مخصصة لرجال الدين ولا لدراسة العلوم الدينية. ولكنها بنيت حول أنظمة لعامة الناس فى القانون والطب والرياضيات وعلم الفلسفة الطبيعية. وفى النهاية، ورغم أنها استغرقت مائتى سنة، فقد بشر الكتاب المطبوع بظهور التعليم الجامعى والمدرسة الحديثة.

كان أكبر أثر للطباعة فى قلب أوروبا قبل جوتنبرج يقع على الكنيسة. فقد جعلت الطباعة الإصلاح البروتستانتى ممكنا. فالسابقون من المصلحين مثل جون واكليف فى إنجلترا (١٣٣٠-١٣٨٤) وجون هاس فى بوهيميا (١٣٧٢-١٤١٥) واجهوا انتفاضات شعبية متماثلة فى حماس. ولكن هذه الانتفاضات لم تنتقل بعيدا ولا بأسرع من الكلمة المنطوقة؛ ولهذا تم حصرها فى مناطق محلية تم قمعها. ولم تكن هذه هى الحالة حين قام لوثر فى ٣١ أكتوبر ١٥١٧ بتعليق دراساته البالغة خمسا وتسعين كراسة بالمسامير على باب الكنيسة فى إحدى المدن الألمانية المغمورة. وقرر فقط أن يبادر بعقد مناقشة دينية تقليدية داخل الكنيسة. ولكن بدون موافقة لوثر وحتى بدون علمه تمت طباعة هذه الكراسات على الفور، وتم توزيعها مجانا فى جميع أنحاء ألمانيا، ثم فى جميع أنحاء أوروبا. وهذه الكراسات المطبوعة أشعلت الثورة الدينية الهائلة التى تحولت إلى حركة الإصلاح الدينى.

فهل كان هناك عصر للاكتشاف بدأ فى النصف الثانى من القرن الخامس عشر بدون مطبعة الكتابة؟ نُشِرت الطباعة كل رحلة فردية قام بها البحارة البرتغاليون على امتداد سواحل أفريقيا الغربية، بحثا عن طريق بحرى يقودهم إلى الهند. وزُوِّدت الطباعة كولومباس بأول خرائط، رغم أنها كانت خاطئة تماما، عن أرض الأساطير فيما وراء الأفق الغربى، مثلما اكتشف ماركو بولو الفينيسى (١٢٥٤-١٣٢٤) الصين واليابان الأسطورية. والطباعة هى التى مكنت من تسجيل النتائج فى كل رحلة فردية فورا وإيجاد خرائط جديدة يُعتمد عليها كثيرا.

والتغيرات غير الاقتصادية لا يمكن قياس مقدارها ولكن أثر ثورة الطباعة على المجتمع والتعليم والثقافة وحتى الدين كان من المؤكد كبيرا وسريعا مثل أثر ثورة المعلومات الحالية إن لم يكن أسرع.

درس من التاريخ إلى علماء التقنية

ربما أبرزت ثورة المعلومات الأخيرة والكتاب المطبوع درسا اليوم لخبراء تقنية المعلومات، ولتقنية المعلومات، ولخبراء مناهج معلومات الإدارة والعاملين الرئيسيين فى المعلومات: مفاده أنهم لم يختفوا. ولكنهم ربما يصبحون "داعمين ثانويين" بدلا من أن يكونوا "نجوما كبارا"، كما كانوا من قبل أربعين سنة.

أوجدت ثورة الطباعة فورا طبقة جديدة من خبراء تقنية المعلومات، تماما مثلما أوجدت ثورة المعلومات الحديثة عددا من الأعمال التجارية فى مجال المعلومات، والخبراء فى مناهج معلومات الإدارة، وتقنية المعلومات، ومصممى برامج الحاسب الإلكترونى *soft ware*، والعاملين الرئيسيين فى المعلومات. وخبراء تقنية المعلومات فى ثورة الطباعة هم باكورة عمال الطباعة. وفى عام ١٤٥٥ زالوا بطريقة لا يمكن تصورها، وكانوا نجوما لمدة خمسة وعشرين عاما قبل ذلك. وكان هؤلاء الفنيون فى المطابع معروفين وموقرين فى كل أوروبا مثل أسماء الرواد اليوم فى شركات الحاسب الإلكترونى وبرامج الحاسب الإلكترونى المتميزين الذين نالوا إعجاب العالم. كان الملوك والأمراء والأساقفة وتجار المدن الأثرياء يجاملونهم ويغمرونهم بالمال والألقاب الشرفية.

وأول هؤلاء الرواد الأقوياء فنى الطباعة الشهير من فينيسيا ألدوس مانيوتياس (١٤٤٩-١٥١٥)، الذى أيقن أن المطبعة الحديثة يمكن أن تنتج عددا كبيرا من النسخ من نفس اللوحة، بلغ الألف فى عام ١٥٠٥. وأبدع الكتاب المطبوع من عدد كبير من النسخ بسعر زهيد. أبدع ألدوس مانيوتياس صناعة الطباعة؛ إذ كان أول من مدَّ الطباعة إلى لغات أخرى غير اللاتينية،

كما كان أول من طبع كتباً لمؤلفين معاصرين، ودارت مطابعه فأخرجت أكثر من ألف عنوان.

وآخر هؤلاء الفنيين العظماء فى الطباعة، وآخر أمراء الطباعة هو كريستوف بلانتين (١٥٢٠-١٥٨٩)، وهو من أنتويرب إحدى مقاطعات شمالى بلجيكا. سطع نجمه كمجلّد محترف بسيط، ثم بنى أكبر وأشهر شركة طباعة فى أوروبا. وزاوج بين التقنيتين الجديدتين، الطباعة والحفر فأبدع الكتاب المصور. وأصبح الشريف الأرسقراطى فى أنتويرب التى كانت أغنى مدن أوروبا، بل العالم قاطبة، وصار ثرياً إلى الدرجة التى جعلته يبني قصراً منيفاً ظل قائماً اليوم كمتحف للطباعة. ولكن بلانتين ومطبعته بدأت تضمحل قبل وفاته وسرعان ما راحت طى النسيان.

وبحلول عام ١٥٨٠ ركز الطبّاعون على التقنية حتى صاروا حرفيين عاديين، صنّاعاً مهرة وتجاراً محترمين. ولكن من المؤكد أنهم لم يصيروا بعد من الطبقة العليا. وتوقفوا عن جمع أرباح أكثر من أية تجارة أخرى ولم يعودوا يجذبون رؤوس الأموال للاستثمار، وسرعان ما اتخذوا موقعا لما نسميه الآن "الناشرين" على الرغم من أن هذا المصطلح لم يكن صدر إلا أخيراً، وتركز اهتمام الناس والشركات على المعلومات بدلا من تركيزه على التقنية فى تقنية المعلومات.

وبدأ هذا التحول يحدث فى اللحظة التى بدأت التقنية الحديثة تؤثر على معنى المعلومات، وبالتالى على المعنى والوظيفة للمؤسسات الرئيسة فى القرن الخامس عشر مثل الكنيسة والجامعات. ولهذا بدأت عند نقطة الاتصال ذاتها التى وجدنا أنفسنا فيها الآن فى ثورة المعلومات الحالية. فهل هذا هو المكان الذى تتواجد فيه تقنية المعلومات وخبراء تقنية المعلومات الآن؟

ثورة الطباعة الجديدة

ليس هناك سبب فعلى للاعتقاد بأن ثورة المعلومات الجديدة يتعين عليها أن تستخدم "تقنية رفيعة" على أية حال؛ فلدينا "ثورة معلومات" حقيقية خلال الخمسين

سنة الماضية منذ عام ١٩٥٠ وما بعده. ولكنها ليست معتمدة على الحواسيب الإلكترونية والإلكترونيات. فالطنين الحقيقي كان لوسيلة الطباعة "غير التقنية".

وفى عام ١٩٥٠ اجتاح التلفاز لأول مرة الدولة، وظن الناس على نطاق واسع أن ظهوره يعنى نهاية عهد الكتاب المطبوع. وزاد تعداد الولايات المتحدة منذ ذلك الحين ثلثى ما كان عليه مسبقا. وزاد عدد طلاب الكليات والجامعات - وهم أعظم مجموعة تركز على استخدام وشراء الكتب - خمسة أضعاف. ولكن عدد الكتب المطبوعة والمنشورة والمباعة زاد بمعدل خمسة عشر ضعفا، وربما اقترب من عشرين ضعفا.

ونعتقد بصفة عامة أن الشركات الرائدة فى "التقنية العالية" مثل شركة آلات الأعمال التجارية العالمية IBM منذ الستينيات والسبعينيات وشركة ميكروسوفت لبرامج الحاسب الإلكتروني منذ ١٩٨٠ كانت أسرع الأعمال التجارية نموا فى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية. ولكن الشركتين العالميتين فى الطباعة نمتا بمعدل مماثل فى التسارع؛ إحداهما مجموعة بيرتيلزمان الألمانية الأصل. وكانت ناشرا صغيرا لكتب الصلوات البروتستانتية قبل هتلر، الذى كبح جماحها بالحزب النازى. ثم انتعشت بعد الحرب العالمية الثانية على يد حفيد مؤسسها رينهارد موهن. ولا تزال شركة بيرتيلزمان تحتفظ لديها بأرقام المبيعات والأرباح ولا تنشرها. ولكنها الآن الناشر والموزع الأول فى العالم للمطبوعات بخلاف الصحف اليومية فى معظم دول العالم فيما عدا الصين وروسيا، من خلال ملكيتها لشركات النشر مثل راندوم هاوس فى الولايات المتحدة التى تنشر نوادى الكتب والمجلات مثل مجلة الأعمال التجارية الرائدة فى فرنسا وهى **كابيتال**. وبمثل السرعة ازدهرت إمبراطورية روبرت ميردوخ الأسترالى المولد، الذى بدأ كناشر لصحيفتين محليتين صغيرتين يوميتين فى أستراليا، وهو الآن مالك لعدة صحف فى جميع أنحاء الدول الناطقة باللغة الإنجليزية، وللناشرين الرواد للكتب والمجلات الصادرة باللغة الإنجليزية، وكذلك لشركة كبرى للسينما بصفتها وسيلة إعلام قبل ظهور الحاسب الإلكتروني.

وازدهرت أسرع من هؤلاء الناشرين للكتب، وسيلة أخرى مطبوعة هي "المجلة الجماهيرية المتخصصة". وكثير جدا من "المجلات العامة" ذات الانتشار الكبير التي سادت في العقدين الثاني والثالث من القرن العشرين في أمريكا مثل **لايف** أو **ساتارديي إيثينج بوست** ثم توقفتا. والحق أنهما سقطتا ضحية للتلفاز. ولكن الآن تصدر حوالى ثلاثة آلاف مجلة جماهيرية متخصصة توزع كل منها ما يتراوح بين خمسة آلاف نسخة ومليون نسخة، ومعظمها يحقق أرباحا.

وأكثر الأمثلة وضوحا المجلات التي تغطي الموضوعات التجارية أو الاقتصادية. والمجلات الأمريكية الثلاث الرائدة من هذا النوع هي **بيزنيس ويك** الأسبوعية و**فورشن** النصف شهرية و**فوربيس** الشهرية، وتوزع كل منها حوالى مليون نسخة. وقبل الحرب العالمية الثانية كانت مجلة **إيكونوميست** التي تصدر فى لندن هي المجلة العالمية الوحيدة التي تقدم تقارير منهجية كل أسبوع عن الشؤون الاقتصادية والسياسية والتجارية فى جميع أنحاء العالم، وكانت فى الواقع غير معروفة خارج المملكة المتحدة، وكان توزيعها محدودا يقل عن مائة ألف نسخة. والآن تجاوز توزيعها فى الولايات المتحدة وحدها ثلاثمائة ألف نسخة أسبوعيا.

ولكن هناك مجلات دورية جماهيرية متخصصة فى جميع الميادين وفى جميع المصالح والمهن مثل الرعاية الصحية وإدارة الموسيقىات السيمفونية وفى علم النفس وفى الشؤون الخارجية وفى المعمار وصيانة الأجهزة المنزلية والحاسبات الإلكترونية، وفوق هذا جميع الحرف الفردية والتجارة الفردية والصناعات الفردية. ومن أكثر المجلات نجاحا وأبكرها فى الصدور مجلة **الأمريكي العلمى** وهى مجلة شهرية أعيد إصدارها فى أواخر الأربعينيات من القرن العشرين ينشر فيها العلماء المتميزون بحوثهم التى يشرحون فيها مقالاتهم العلمية المتخصصة "لعامة الناس" أو للعلماء ذوى التخصصات الأخرى.

وماذا يشرح النجاح فى وسائل الطباعة؟

ربما يطلع طلاب الكليات بالنصيب الأكبر فى نمو الكتب المطبوعة فى الولايات

المتحدة. فهو نمو في النصوص الخاصة بالكلية وفي الكتب التي يقررها أساتذة الكلية. ولكن المجموعة الثانية في الحجم هي الكتب التي لم تكن موجودة قبل الخمسينيات من القرن العشرين، وليست على الأقل بأية كمية، وليست بها أية كلمة بالإنجليزية: بل إن الناشر الألماني الذي قدّر إمكاناتها المستقبلية وأسس لأول مرة داراً للنشر لطباعة ونشر هذه الكتب خاصة هو الراحل إي. بي. فون فيهرينغ. مؤسس دار النشر إيكون فيرلاج في دوسلدورف ولا يزال ناشري الألمانى المفضل هو الذى أسماها كتباً عامة، يكتبها الخبراء لغير الخبراء. وعندما سئل عن شرح مصطلح **sachbuch** قال فيهرينغ: "ينبغي أن تكون قراءتها ممتعة، وتعليمية. لكن أهدافها ليست للتسلية ولا للتعليم، بل للمعلومات.

وهذا صحيح عن المجلات الجماهيرية المتخصصة، سواء أكتبت للشخص العادى الذى يريد أن يعرف شيئاً عن الطب أو للسباك الذى يريد أن يعرف ما يدور فى أعمال السباكة. فهى تبلغهم، وخاصة فيما يتعلق بالخارج. فالمجلة الجماهيرية المتخصصة تبلغ القارئ فى مهنة أو تجارة أو صناعة، وحصّة المعلومات أو المعلومات المضللة كبيرة فى حديث الناس فى جميع سبل الاتصالات.

وتتبنى الآن وسائل الطباعة القنوات الإلكترونية. وأسرع بائعى الكتب نموا منذ الدوس مانيوتياس أى منذ خمسمائة عام هو مؤسسة أمازون كوم **Amazon.com** التى تبيع الكتب المطبوعة على شبكة الإنترنت. وفى بضع سنين قصارٍ جداً ربما صارت أكبر تاجر تجزئة فى شبكة الإنترنت. وفى خريف ١٩٩٨ اشترى بيرتيلزمان حصة ٥٠٪ المسيطرة لشركة بارنيس ونوبيل المنافس الرئيسى لمؤسسة أمازون. وتكاثر عدد المجلات الجماهيرية المتخصصة التى تنشر الآن طبعات "على الخط" **on-line** عبر الإنترنت لى يطبعها المشترك. وبدلاً من أن تحل تقنية المعلومات محل الطباعة، تتولى الطباعة التقنية الإلكترونية بصفتها قناة توزيع للمعلومات المطبوعة.

ومن المؤكد أن تغيير قناة التوزيع الجديدة الكتاب المطبوع. وتغيير قنوات التوزيع الجديدة دائماً كل ما توزع. ولكن على أية حال سواء أكان مسلماً أو مخزوناً فسوف يظل إنتاجاً مطبوعاً. وسوف تزودنا بالمعلومات.

وسوق المعلومات باق فى عبارة أخرى، على الرغم من أنه غير منظم، وسيماثله الإمداد. وفى السنوات القليلة القادمة التى لن تزيد عن عقد أو عقدين سوف يلتقيان فى نقطة واحدة. وسوف تكون هذه هى ثورة المعلومات الجديدة حقاً، وسوف لا يقودها خبراء تقنية المعلومات بل يقودها المحاسبون والناشرون. وحينئذ يعرف الأفراد والمشروعات أى نوع من المعلومات يحتاجون، وكيف يحصلون عليها. ويتعين عليهم أن يتعلموا أن ينظموا المعلومات بصفاتها المورد الرئيسى للمعرفة.

ثانياً- المعلومات التى تحتاج إليها المشروعات

بدأنا الآن ندرك كيف نستخدم المعلومات كوسيلة. ولكننا نستطيع أن نوضح الأجزاء الرئيسة لمنهاج المعلومات الذى يحتاج إليه المشروع. وبالتالى نبدأ فى فهم الأفكار التى تشكل الأساس للمشروع الذى يتعين على المديرين التنفيذيين أن يديروه غداً.

من محاسبة التكاليف إلى التحكم فى النتائج

ربما ذهبنا بعيداً إلى إعادة تصميم كل من المشروع والمعلومات فى أكثر الموضوعات التقليدية فى أنظمة المعلومات وهى المحاسبة. والحق يقال إن كثيراً من الأعمال التجارية انتقلت بالفعل من محاسبة التكاليف التقليدية إلى التكلفة المبنية على النشاط. وأول تطور لها كان فى الصناعة، وهى الآن تُستخدم استخداماً واسع النطاق. ولكنها سرعان ما انتشرت فى خدمة الأعمال التجارية وحتى غير التجارية مثل الجامعات. وتمثل التكلفة المبنية على النشاط كلا من فكرةٍ مختلفة فى عملية المتاجر وطرقٍ مختلفة فى القياس.

وأول من أنشأ محاسبة التكاليف التقليدية هى شركة جنرال موتورز منذ سبعين عاماً، وتدعى أن مجموع التكاليف الصناعية يساوى جملة تكاليف العمليات الفردية. ولكن التكلفة التى تهتم فى المنافسة والربحية هى تكاليف العملية برمتها، وهو ما تسجله التكلفة المبنية على النشاط وتجعله صالحاً

للإدارة. ومقدمته الأساسية هي أن العمل التجارى عملية متكاملة تبدأ عندما تصل الإمدادات والمواد والأجزاء إلى حظيرة التحميل وتستمر حتى بعد وصول المنتج إلى المستخدم النهائى. والخدمة لا تزال تكلفة للمنتج، وكذلك المنشآت حتى لو دفعها العميل.

وتقيس محاسبة التكاليف التقليدية ما تتكلفه فى عمل شىء، مثل قطع رأس مسمار. وتسجل كذلك التكلفة المبنية على النشاط فى حالة العطل، مثل تكلفة الآلة فى غير أوقات العمل، وتكلفة الانتظار حتى يحضر أحد الأجزاء أو الأداة فى حالة انتظار الجرد للشحن، وتكاليف إعادة التشغيل أو التفتيت لجزء تالف. وتكلفة العطل التى لا تسجلها محاسبة التكاليف التقليدية غالبا ما تساوى، وأحيانا تزيد عن تكلفة التشغيل. ولهذا فإن التكلفة المبنية على النشاط لا تعطى فقط تحكما أفضل فى التكلفة، بل يتزايد تحكمها فى النتائج أيضا.

وتفترض محاسبة التكاليف التقليدية أن تُجرى عملية معينة مثل المعالجة الحرارية فى المكان الذى تُجرى فيه الآن. وتسأل التكلفة المبنية على النشاط: "هل ينبغي فعل هذا؟" وإذا كان الجواب بالإيجاب، فما هو أفضل الأماكن لإنجازه؟ وتكمل التكلفة المبنية على النشاط ما كانت تكلفه إجراءات متنوعة فى تحليل واحد وهى: تحليل القيمة وتحليل الإجراءات وإدارة الجودة والتكلفة.

وباستخدام هذه الطريقة يمكن للتكلفة المبنية على النشاط أن تخفض كثيرا من تكاليف الصناعة، بمقدار الثلث أحيانا. ويحتمل أن يكون تأثيرها الأكبر فى الخدمات. ففى معظم الشركات الصناعية لا تكفى محاسبة التكاليف. ولكن صناعات الخدمات مثل البنوك ومحلات تجارة التجزئة والمستشفيات والمدارس والصحف ومحطات الإذاعة والتلفاز ليست لها معلومات تكلفة على الإطلاق. وترينا التكلفة المبنية على النشاط لماذا لم تُستخدم محاسبة التكاليف التقليدية فى شركات الخدمات؟ لا خطأ فى التقنية، بل لأن محاسبة التكاليف التقليدية تفترض مبادئ خاطئة. ولا تستطيع شركات الخدمات أن تبدأ بتكلفة العمليات الفردية، كما فعلت شركات الصناعة

بمحاسبة التكاليف التقليدية. ولا بد أن تبدأ بافتراض أن هناك تكلفة واحدة فقط هي النظام الكلى. وهى تكلفة ثابتة فى فترة زمنية محددة. والفرق المشهور بين التكاليف الثابتة والمتنوعة التى تعتمد عليها محاسبة التكاليف التقليدية ليس محسوسا فى الخدمات. وليس محسوسا كذلك نظرية أساسية لمحاسبة التكاليف التقليدية، التى تشير إلى أن رأس المال يمكن أن يُستبدل بالعمل. والحقيقة أن رأس المال الإضافى وخاصة فى العمل المعتمد على المعرفة، يحتمل أن يتطلب عملا أكثر وليس أقل. فالمستشفى الذى يشتري أدوات تشخيص جديدة لن يسرّح شخصا ما نتيجة لهذا، بل عليه أن يضيف أربعة أو خمسة أشخاص لإدارة المعدة الجديدة. وعلى المنظمات المعتمدة على المعلومات أن تتعلم الدرس ذاته. ولكن تثبيت جميع التكاليف خلال فترة زمنية محددة وعدم استبدال المواد بعضها ببعض، هى تماما النظريات التى تبدأ بها التكلفة المبنية على النشاط. وبتطبيق ذلك على الخدمات نكون قد بدأنا للمرة الأولى فى الحصول على معلومات التكلفة والتحكم.

فالبنوك مثلا ظلت تحاول على مدى عدة عقود أن تطبق تقنيات محاسبة التكاليف السائدة فى أعمالها التجارية، أى توضح بالأرقام تكاليف العمليات الفردية والخدمات، وحققت فقط نتائج زهيدة. وقد بدأت الآن توجه السؤال: "أى نشاط يقع فى مركز التكاليف والنتائج؟" والجواب الوحيد هو: العميل. فنسبة التكلفة للعميل فى أى مجال من مجالات البنك تكلفة ثابتة. ولهذا فهى نسبة الناتج للعميل أى حجم الخدمات التى يستخدمها العميل والمزيج من هذه الخدمات، التى تقرر التكاليف والربحية، وتجار التجزئة الذين يبيعون بسعر أقل وخاصة فى أوروبا الغربية عرفوا ذلك فى وقت ما. ويفترضون أنه عند ملء فراغات الرفوف تتحدد التكلفة وتتكون الإدارة من مضاعفة الناتج إلى أقصى حد فى الفراغات فى فترة زمنية معلومة. وهذا التركيز على التحكم فى النتيجة مكن أولئك البائعين من البيع بسعر أقل، من أن يزدوا من ربحيتهم رغم تدنى أسعارهم وانخفاض هوامشهم.

وفى بعض المجالات مثل مختبرات البحوث حيث يصعب قياس الإنتاجية، نضطر دائماً إلى الاعتماد على التقييم والحكم أكثر من التكلفة. ولكن فى معظم الأعمال المعتمدة على المعرفة والخدمات سوف تنشأ آليات فى ظرف عشر سنوات لقياس التكاليف وإدارتها وإيجاد النسبة بينها وبين النتائج.

وسوف يُبرز التفكير العميق فى تكاليف الخدمات تبصرة جديدة فى تكاليف جلب العملاء والحفاظ عليهم فى الأعمال التجارية من جميع الأنواع.

فإذا استخدمت شركات جنرال موتورز وفورد وكرايزلر فى الولايات المتحدة التكلفة المبنية على النشاط مثلاً لتبينت فيما بعد العبث الكبير فى صدمتها بالنشاط المضاعف فى العشرين سنة الماضية، حين قدمت لمشتري السيارات الجدد تخفيضات هائلة ومزايا كبيرة فى الدفع. وهذه المغريات فى البيع كلفت بالفعل الشركات الثلاث الكبرى لصناعة السيارات أموالاً طائلة؛ والأسوأ من ذلك أعداداً هائلة من العملاء. والحقيقة أن كلا منها حدث لها هبوط كبير فى موقف التسويق. ولكن لا تكاليف صفقاتها الخاصة ولا نتائجها السلبية ظهرت فى أرقام محاسبة التكاليف المعتادة فى تلك الشركات، وبناء على ذلك لم تر الإدارة الخسائر بالمرّة.

ونظراً إلى أن اليابانيين استخدموا شكلاً من التكلفة المبنية على النشاط، ولو أنها كانت بدائية، إلا إن شركات تويوتا ونيسان وهوندا تبين أنهما تفضل ألا تنافس شركات السيارات الأمريكية فى موجة الخصم العنيفة، ولهذا حافظت على حصتها من السوق والأرباح.

من الصياغة القانونية إلى الحقائق الاقتصادية

لا تكفى معرفة تكاليف العمليات. وعلى الشركة التى تريد المنافسة بنجاح فى سوق عالمى تتزايد فيه المنافسة، أن تعرف تكاليف السلسلة الاقتصادية برمتها، وأن تعمل مع الأعضاء الآخرين فى السلسلة على التحكم فى التكاليف ومضاعفة الإنتاج إلى الحد الأقصى. ولهذا تبدأ الشركات فى الانتقال من التكلفة لما يدور داخل

منظمتها فقط إلى التكلفة الكلية للعملية الاقتصادية، التي تُعتبر حتى أكبر الشركات مجرد حلقة فيها.

والشركة هي شخصية قانونية حقيقية بالنسبة لحملة الأسهم والدائنين والموظفين وجامعى الضرائب؛ ولكنها خيال اقتصادى.

كانت شركة كوكاكولا منذ ثلاثين عاما لها امتياز فى جميع أنحاء العالم. وقامت شركات تصنيع الزجاجات المستقلة بإنتاج الزجاج. والآن تملك الشركة معظم عمليات التعبئة فى الولايات المتحدة، ولكن شاربى الكوكا حتى القليلين منهم الذين يدركون هذه الحقيقة لا يعيرونها اهتماما.

فما يهم فى السوق غير الحقيقة الاقتصادية وتكلفة العملية برمتها بغض النظر عن يملك ماذا.

ومرة تلو الأخرى فى تاريخ العمل التجارى تأتى شركة مجهولة من مكان غير معلوم وفى بضع سنين تلحق بالقادة المرموقين بدون حتى بذل الشهيقة العميق. ويفسر هذا دائما التخطيط الاستراتيجى الرفيع المستوى أو التقنية الراقية أو التسويق المتميز بالتصنيع الهزيل. ولكن فى كل حالة على حدة يتمتع القادم الجديد كذلك بمزايا هائلة فى التكاليف تصل عادة إلى حوالى ٣٠٪؛ والسبب دائما واحد وهو أن الشركة الجديدة تعرف وتتحكم فى التكاليف فى السلسلة الاقتصادية بأكملها بدلا من التكاليف بمفردها.

وربما كانت شركة تويوتا أفضل مثال شائع لشركة تعرف وتتحكم فى تكلفة الموردين والموزعين؛ فهم جميعا أعضاء فى مجموعة الشركات كايريتسو Kei- retsu. وخلال هذه الشبكة تتحكم تويوتا فى التكلفة الكلية للتصنيع، والتوزيع والخدمة لسياراتها بصفتها قناة تكلفة واحدة، توجه العمل إلى أقل التكاليف وأعظم الإنتاج. (انظر تاريخ مجموعة الشركات فى الفصل الأول).

ويعرف خبراء الاقتصاد أهمية تكاليف السلسلة الاقتصادية الكاملة منذ أن كَتَبَ ألفريد مارشال عنها في العقد التاسع من القرن التاسع عشر. ولكن معظم رجال الأعمال التجارية لا يزالون يعتبرونها فكرة نظرية تجريدية. ويتزايد الاهتمام بضرورة التحكم في تكاليف السلسلة الاقتصادية. ويحتاج المديرون التنفيذيون حقا إلى تنظيم وإدارة سلسلة التكلفة وكذلك كل شيء آخر وخاصة التخطيط الاستراتيجي المشترك وتخطيط الإنتاج، بصفته اقتصاديا جماعيا واحدا بغض النظر عن الحدود القانونية للشركات الفردية.

والانتقال من وضع الأثمان بناء على التكاليف، إلى حساب التكاليف بناء على السعر سوف يكون القوة الدافعة التي تدفع الشركات نحو تكاليف السلسلة الاقتصادية. وبناء على العرف السائد بدأت الشركات الغربية بالتكاليف، فوضعت هامش الربح المطلوب في القمة ثم وصلت إلى السعر، إذ طبقت وضع السعر بناء على التكلفة. ومنذ زمن طويل وشركتا سيرز ثم ماركس وسبنسر انتقلتا إلى التكلفة المبنية على السعر، حيث يقرر السعر الذي يدفعه العميل التكاليف المسموح بها بدءاً بمرحلة التصميم. وكانت هذه الشركات هي الاستثناء حتى عهد قريب. وصارت القاعدة الآن التكلفة المبنية على السعر.

وتنطبق الأفكار ذاتها على تدبير العمالة من خارج المؤسسة والاتحادات والمشروعات المشتركة وخاصة أيّ بناء يُبنى على المشاركة المتضامنة أكثر من التحكم. وتلك الكيانات أكثر من النماذج التقليدية للشركة الأم التي تملك جميع توابعها يتزايد كونها نماذج للنمو، وخاصة في الاقتصاد العالمي. (انظر الفصل الأول).

وبالنسبة لكثير من الأعمال التجارية يصبح الانتقال إلى تكلفة السلسلة الاقتصادية شيئا مؤلما. ولتحقيق ذلك تلزم أنظمة للمحاسبة موحدة أو على الأقل متوافقة في جميع الشركات في السلسلة. ولكن تقوم كل منها على حدة بإجراء المحاسبة بطريقتها الخاصة، وكل منها مقتنع بأن نظامها هو الوحيد الذي يمكن تطبيقه. فضلا عن هذا، فإن تكلفة السلسلة الاقتصادية تتطلب المشاركة في المعلومات

مع كل الشركات؛ حتى يميل العاملون في نفس الشركة إلى مقاومة المشاركة في المعلومات.

ومهما كانت العقبات فإن تكلفة السلسلة الاقتصادية سوف تتحقق؛ وإلا فإن أكفأ الشركات سوف تعاني من مثالب زيادة التكلفة.

المعلومات من أجل تكوين الثروة

تقام المشروعات من أجل تكوين الثروة وليس من أجل التحكم في التكلفة. ولكن الحقيقة الواضحة لا تنعكس على المقاييس التقليدية. فطلاب السنة الأولى في المحاسبة تعلموا أن حساب الميزانية الختامية يوضح قيمة التصفية للمشروع ويمد الدائنين بمعلومات عن أسوء الحالات. ولكن المشروعات لا تدار عادة كي تُصَفَّى، بل يجب أن تدار طالما كانت هناك مصلحة؛ أى لأجل تكوين الثروة.

ولتحقيق ذلك يلزم أربع مجموعات من أدوات التشخيص: المعلومات الأساسية، ومعلومات الإنتاجية، ومعلومات الجدارة، ومعلومات توظيف الموارد البشرية. وتشكل جميعها حقيقية أدوات (صندوق عدة) المدير التنفيذي لإدارة العمل التجارى الحالى.

المعلومات الأساسية

وأقدم مجموعة فى أدوات الإدارة التشخيصية وأوسعها انتشارا فى الاستخدام هى التدفق النقدى وعروض السيولة والمعايير القياسية مثل النسبة بين المخزون لدى التجار والمبيعات من السيارات الجديدة، وتغطية الإيرادات لتقدير مدفوعات الفائدة للسندات الصادرة والنسبة بين المبالغ المستحقة منذ أكثر من ستة شهور وجملة المبالغ المستحقة وبين المبيعات. وربما تشبه هذه القياسات الروتينية تلك التى يجريها الطبيب مثل الوزن والنبض والحرارة وضغط الدم وتحليل البول. فإذا كانت هذه القراءات عادية فهى لا تفيد كثيرا. وإذا كانت غير عادية فسوف تدل على وجود مشكلة تحتاج إلى تحديدها ومعالجتها. وهذه القياسات تسمى المعلومات الأساسية.

معلومات الإنتاجية

والمجموعة الثانية من أدوات تشخيص العمل التجارى، تتعامل مع إنتاجية الموارد البشرية الأساسية. وأقدمها منذ الحرب العالمية الثانية هى التى تقيس إنتاجية العامل اليدوى. وتطورت الآن ببطء القياسات التى لا تزال بدائية تماما بالنسبة للعمل المبني على المعرفة وأعمال الخدمة (انظر إلى الفصل الخامس). وعلى أية حال، فإن قياس إنتاجية العمال سواء أكانوا من ذوى الياقات الزرقاء أو البيضاء لم يعد يعطينا المعلومات الكافية عن الإنتاجية. فنحن فى حاجة إلى بيانات عن إنتاجية جميع العناصر.

وهذا يوضح النمو الشعبى لتحليل القيمة الاقتصادية المضافة. وهى مبنية على شىء نعرفه منذ زمن بعيد: هو ما نسميه عموما الأرباح، وهى المال المخصص لخدمة الأسهم العادية، وهى ليست ربحا على الإطلاق وربما كانت فى الغالب تكلفة أصلية. وحتى يعود العمل التجارى بربح أكبر من تكلفة رأس المال، فسوف يؤدى إلى الخسارة. ولا تُلقَ بالأل إلى أنه يدفع الضرائب كما لو كان قد تحقق ربح أصيل. ولا يزال المشروع يعطى عائدا أقل للاقتصاد فى استنفاده للموارد. وهو لا يغطى التكلفة الكاملة ما لم يتجاوز الربح المقدّر تكاليف رأس المال. وحينئذ لم يكون ثروة. وبهذه القياسات تصادف أن كان القليل من الأعمال التجارية يدر ربحا منذ الحرب العالمية الثانية.

وبقياس القيمة المضافة لكل التكاليف بما فيها تكاليف رأس المال، فإن تحليل القيمة الاقتصادية المضافة **EVA Economic Value Added Analysis** يقيس فى الواقع إنتاجية جميع عناصر الإنتاج. وليست بذاتها تبلغنا لماذا لا يضيف منتج معين أو خدمة معينة قيمة مضافة، أو ماذا يفعل بها. بل يرينا ماذا نحتاج إلى أن نوجد، وماذا نحتاج إليه لأداء العمل. فتحليل القيمة الاقتصادية المضافة يجب أن يُستخدم كذلك لإيجاد ما يصلح. ويوضح لنا أى المنتجات أو الخدمات أو العمليات أو النشاطات لها عادة إنتاجية عالية؛

وتضيف بالفعل قيمة عالية. وحينئذ يجب أن نسأل أنفسنا: "ماذا نتعلم من هذه الحالات الناجحة؟"

وأحدث الآليات المستخدمة فى الحصول على معلومات الإنتاجية هو النموذج المعيارى، أى بمقارنة أداء المرء بأفضل نموذج للأداء فى الصناعة فى أى مكان فى العالم. ويفترض النموذج المعيارى بدقة أن ما تفعله إحدى المنظمات تستطيع أن تفعل مثله المنظمات الأخرى. وتفترض بدقة أن أى عمل تجارى يجب أن يكون منافسا عالميا (انظر الفصل الثانى). ويفترض كذلك بدقة أن تكون بنفس جودة القائد شرط لأن تكون منافسا. فتحليل القيمة الاقتصادية المضافة مع النموذج المعيارى يمثلان آليات التشخيص لقياس الإنتاجية الشاملة لكل العناصر ولإدارتها.

معلومات الجدارة

والمجموعة الثالثة من الآليات تختص بالجدارة. وتعتمد القيادة على استطاعة المنظمة أن تعمل شيئا لا تستطيع المنظمات الأخرى عمله على الإطلاق، أو تجد صعوبة فى عمل آخر أدنى منه. وتعتمد على الجدارة الأساسية التى تجمع قيمة السوق أو العميل بقدرة خاصة لدى المنتج أو المورد.

وهاك بعض الأمثلة: إن قدرة اليابانيين على تصغير المكونات الإلكترونية المعتمدة على التقليد الفنى الذى يرجع إلى ثلاثمائة عام على وضع رسم للمناظر الطبيعية على صندوق لامع صغير يسمى صندوق الجواهر intro ونحت حديقة حيوان على زرار دقيق يسمى الزرار المزخرف netsuke يحمل الصندوق فى حزام لابس؛ أو القدرة الفائقة الفريدة لشركة جنرال موتورز على صنع مقتنيات ناجحة لمدة ثمانين عاما؛ أو قدرة شركة ماركس وسبنسر الفريدة كذلك على صنع وجبات طعام شهية معبأة للطبقة الوسطى. ولكن كيف نحدد كلا الجدارتين الأساسيتين: تلك الموجودة حاليا، وتلك التى يحتاجها العمل التجارى لكى يحتفظ بموقع القيادة؟ وكيف نتحقق من أن

الجدارة الأساسية تتحسن أو تـضمحل؟ أو إذا كانت لا تزال الجدارة الأساسية صحيحة، فماذا تحتاج إليه من تغيير؟

وحتى الآن كانت المناقشة فى الجدارة الأساسية سردا قصصيا بشكل كبير. ولكن عددا من الشركات المتوسطة الحجم الشديدة التخصص مثل الشركة السويسرية لإنتاج الأدوية وشركة الولايات المتحدة لإنتاج الأدوات التخصصية تستخدم علم المناهج لقياس وإدارة الجدارات الأساسية.

وأول خطوة هى اقتفاء أثر أداء المنظمة ذاتها وأداء المنظمات المنافسة للبحث بصفة خاصة عن مناطق النجاح غير المتوقعة ومناطق الأداء الرديء فى المناطق التى ينبغى أن يتفوق فيها الأداء، ومناطق النجاح التى توضح ماذا يقدر السوق وماذا يدفع من أجل شرائه. وتوضح المناطق التى تتمتع فيها المنظمة بميزة القيادة، ومناطق الفشل التى يجب النظر إليها على أنها المؤشر الأول على أن السوق يتغير أو أن جدارة الشركة تعاني من الضعف.

وهذا التحليل ينظر بعين الاعتبار إلى التعرف المبكر على الفرص.

وبالتتبع الواعى لمناطق النجاح غير المتوقع وجد أحد صناع الآلات فى الولايات المتحدة مثلاً أن ورش الآلات اليابانية الصغيرة تشتري تقنياته العالية وآلاته الغالية الثمن حتى ولو أنه لم يصمم معهم هذه الآلات ولا حتى يقدمها لهم. وهذا هو الذى دفع الشركة إلى أن تميز جدارة أساسية جديدة: فقد كانت آلاتها سهلة الصيانة والإصلاح على الرغم من تقنياتها المعقدة. وعندما طبقت الشركة هذه النظرية على تصميم المنتجات، نجحت فى تبوء مقعد القيادة فى المصنع الصغير وفى أسواق الورش فى الولايات المتحدة وفى أوروبا الغربية وفتحت أسواقاً كبيرة لم يسبق لها أن تعاملت معها من قبل.

وتختلف الجدارة الأساسية فى كل منظمة؛ فهي جزء من شخصية المنظمة. ولكن كل منظمة وليس فقط الأعمال التجارية، تحتاج إلى جدارة: هي التجديد. وتحتاج كل منظمة إلى طريقة لتسجيل وتقييم أدائها المتجدد. وفى المنظمات التى تقوم بذلك ومنها العديد من مصنعي الأدوية الفائقة التميز نجد نقطة البدء ليست فى أداء الشركة؛ بل فى التسجيل الدقيق لكل التجديدات فى المجال كله فى فترة محددة. فأياها حقا كانت ناجحة؟ وكم عدد التجديدات التى تُنسب إلينا؟ وهل أداؤنا متناسب مع أهدافنا؟ ومتناسب مع اتجاه السوق؟ ومع موقعنا فى السوق؟ ومع إنفاقنا على البحوث؟ وهل تجديداتنا الناجحة تقع فى مناطق النمو الأكبر والفرصة؟ وكم عدد فرص التجديد المهمة حقا التى فقدناها؟ ولماذا؟ هل السبب هو أننا لم نرها؟ أم أننا رأيناها واستبعدناها؟ أم لأننا قمنا بترقيعها بطريقة خرقاء؟ وكيف أجَدنا فى تحويل أحد التجديدات إلى منتج تجارى؟ وكثير مما سبق لا ننكر أنه تقييم أكثر منه قياس. وهى أمور تثير الأسئلة أكثر من أن تطرح الإجابات، ولكنها تقدم الأسئلة الصحيحة على أية حال.

معلومات توظيف الموارد البشرية

وآخر مجال تحتاج إليه المعلومات التشخيصية لإدارة العمل التجارى الجارى من أجل تكوين الثروة هو توظيف الموارد النادرة: رأس المال والقوى العاملة. وهذان العنصران يحولان جميع المعلومات التى تدور حول العمل التجارى إلى فعل. وهى تقرر ما إذا كان المشروع يعمل بكفاءة أو بتراخ.

أنشأت شركة جنرال موتورز أول عملية تخصيص منهجية لرأس المال منذ حوالى سبعين عاما. والآن يقوم كل عمل تجارى بالفعل بعملية تخصيص رأس المال، ولكن القليلين منها من يستخدمونها بالطريقة الصحيحة. وتقيس الشركات نمطيا مخصصاتها المالية المقترحة بواحد أو اثنين من المقاييس الآتية: العائد للاستثمار أو فترة السداد أو التدفق النقدى أو القيمة الحالية المخفضة. ولكننا علمنا منذ وقت طويل، أى منذ بداية العقد الثالث من القرن

العشرين، أن هذه الطرق غير صحيحة. ولكي تدرك الشركة الاستثمار المقترح يتعين عليها أن تنظر إلى الأربعة مجتمعين. ومنذ ستين عاما كان هذا يحتاج إلى طحن لا نهائي للأرقام. والآن يستطيع الحاسب الإلكتروني المحمول laptop أن يعطينا البيانات في بضع دقائق. وعرفنا كذلك منذ ستين عاما أن المديرين لا ينبغي لهم أن ينظروا إلى مجرد تخصيص الرأسمال المقترح بمفرده، بل يجب أن يختاروا بدلا من ذلك المشروعات التي تبين أفضل نسبة بين الفرصة والمخاطر. وهذا يتطلب موازنة المخصصات الأساسية لتعرض الاختيارات، وهو الشيء الذي لا تفعله الكثير من الأعمال التجارية.

وأخطر شيء هو أن معظم عمليات تخصيص رأس المال لا تسأل حتى عن عنصرين حيويين من المعلومات:

- ماذا يحدث لو فشل الاستثمار المقترح في تحقيق النتائج المطلوبة، كما يفعل ثلاثة من كل خمسة؟ فهل تضر الشركة ضررا خطيرا أم سوف تكون مجرد عضة برغوث؟
- وإذا كان الاستثمار ناجحا وخاصة إذا كان ناجحا أكثر مما نتوقع، فماذا يلزمنا ذلك به؟

بالإضافة إلى ذلك، فإن طلب مخصصات رأس المال يحتاج إلى خطوط لا ينبغي تجاوزها: متى نتوقع أية نتائج؟ وحينئذ تحتاج النتائج مثل النجاح والنجاح القريب والفشل القريب والفشل إلى التسجيل والتحليل. وليس هناك طريقة أفضل من قياس نتائج إنفاق رأس المال على الوعود والتوقعات التي أدت إلى تفويض السلطة للمنظمة لكي تحسن من أدائها. وكم كان من الأفضل أن تكون عليه الولايات المتحدة اليوم إذا كانت التغذية العكسية لبرامج الحكومة شيئا نمطيا في السنوات الخمسين الماضية؟

ورأس المال على أية حال هو المورد الأساسي الوحيد للمنظمة، هو بلا منازع أندر مورد. والموارد النادرة في أية منظمة هي القوى العاملة.

فمنذ الحرب العالمية الثانية والمؤسسة العسكرية فى الولايات المتحدة ولا أحد سواها حتى اليوم، تعلمت أن تختبر قرارات توزيع الأفراد على الوظائف. فهى تفكر الآن فيما تتوقع من كبار الضباط قبل أن تعينهم فى القيادات الرئيسية. فهى تقيس أداءهم بمقياس التوقعات. وتقيس دائما عملياتها فى اختيار القيادات العليا بمقياس النجاح والفشل فى الوظائف.

وفى العمل التجارى والجامعات والمستشفيات والإدارات الحكومية نجد التوزيع على الوظائف يتم مع توقعات محددة مثل: ماذا يجب على الموظف المعين أن يحقق، والتقييم المنهجى للنتائج غير معروف تقريبا.

ومن أجل تكوين الثروة يجب على المديرين أن يوزعوا الموارد البشرية لتحقيق نفس الأهداف وبنفس الفكر الذى يوزعون به رأس المال. وينبغى أن تكون نتائج هذه القرارات مسجلة وأن تُدرّس بعناية فائقة.

أين توجد النتائج؟

تبلغنا هذه الأنواع الأربعة من المعلومات فقط عن العمل التجارى الجارى. فهى تُعلم وتوجه الإجراءات التكتيكية؛ أما الخطة الاستراتيجية العامة فتحتاج منا إلى معلومات منظمة عن البيئة. ويجب أن يعتمد التخطيط الاستراتيجى على معلومات عن الأسواق والعملاء وغير العملاء؛ وعن التقنية التى تستخدمها صناعتنا وصناعة الآخرين؛ وعن الأحوال المالية فى جميع أنحاء العالم؛ وعن الاقتصاد العالمى المتغير. ففى هذه المعلومات تكمن النتائج. وتوجد داخل المنظمة مراكز تكلفة فقط. ومركز الربح الوحيد هو العميل الذى لم يرتدّ شيكك بالرفض.

والتغيرات فى معظمها دائما تبدأ خارج المنظمة. وربما يعرف تاجر التجزئة كثيرا العملاء الذين يتسوقون من متجره. ولكن لا يهم مدى النجاح، فالتاجر دائما لديه جزء صغير من السوق هو عملاؤه؛ أما الغالبية العظمى فهم غير عملاؤه. ودائما تبدأ التغيرات الأساسية من غير العملاء ثم تصبح مهمة.

ونصف التقنيات الجديدة المهمة على الأقل هي التي نقلت الصناعة في الخمسين سنة الماضية، وهي قادمة من خارج الصناعة ذاتها. والورقة التجارية التي أحدثت ثورة مالية في الولايات المتحدة لم يصدر أصلها من البنوك. وعلم الأحياء الجزيئي والهندسة الوراثية لم تنبع من صناعة الأدوية. ورغم أن الغالبية العظمى من الأعمال التجارية سوف تظل تعمل محليا أو إقليميا فقط، فهي تواجه أو يحتمل أن تواجه منافسة عالمية من أماكن لم تسمع عنها من قبل.

ولا تتيسر جميع المعلومات المطلوبة عن الخارج رغم وجود الدوريات الجماهيرية المتخصصة. ولا توجد معلومات ولا حتى غير المؤكدة عن الأحوال الاقتصادية في معظم أنحاء الصين مثلا، ولا عن الأحوال القانونية في دول الخلف للإمبراطورية السوفيتية. ولكن حتى لو تيسرت المعلومات فإن كثيرا من الأعمال التجارية غافلة عنها. وزهبت الكثير من شركات الولايات المتحدة إلى أوروبا في الستينيات من القرن العشرين بدون السؤال عن التشريعات العمالية. وكانت شركات أوروبا بالمثل معصوبة العينين، وساءت المعلومات المتيسرة لها في مشروعاتها في الولايات المتحدة. ومن الأسباب الرئيسة لأزمة الاستثمار الياباني في كاليفورنيا أثناء التسعينيات من القرن العشرين، الفشل في الحصول على حقائق عن تقسيم الأراضي إلى مناطق بالإضافة إلى الضرائب.

ومن الأسباب الخطيرة لفشل الأعمال التجارية النظرية الشائعة أن الشروط الخاصة بالضرائب والتشريعات الاجتماعية وأفضليات السوق وقنوات التوزيع وحقوق الملكية الفكرية وكثير غيرها يجب أن تكون كما نظن أو على الأقل كما يجب أن تكون عليه.

والنظام الكافي للمعلومات يجب أن يشمل معلومات تجعل المديرين التنفيذيين يسألون على النظريات. ويجب أن يقودهم إلى توجيه الأسئلة الصحيحة؛ وليس لمجرد تغذيتهم بالمعلومات التي يتوقعون. وهذا يفترض مسبقا في أول الأمر أن المديرين التنفيذيين

يعرفون أى نوع من المعلومات يحتاجون إليه. ويتطلب الأمر بعدئذ أن يحصلوا على المعلومات على أساس منتظم. وأخيرا يتطلب أن يدخلوا المعلومات منهجيا فى عملية صنع القرار.

تلك هى البدايات، وتلك هى المحاولات الأولى لتنظيم "استخبارات العمل التجارى"، أى المعلومات عن المنافسين الفعليين والمحتملين فى جميع أنحاء العالم. وقليل من الشركات المتعددة الجنسيات مثل يونيليفر وكوكاكولا ونستله وبعض الشركات التجارية اليابانية وقليل من شركات الإنشاءات العملاقة، كانت تعمل بجد واجتهاد فى بناء أنظمة لجمع وتنظيم المعلومات الخارجية. ولكن بصفة عامة يتعين على معظم المشروعات أن تبدأ فى العمل. وسرعان ما صار هذا العمل هو التحدى الأعظم للمعلومات بالنسبة لجميع المشروعات.

ثالثا- حاجة المديرين التنفيذيين إلى المعلومات لإنجاز أعمالهم

تشمل أجهزة معالجة البيانات للفرد قدرا كبيرا من التقنية الجديدة. وأينما ذهبت المعلومات تركز الاهتمام الرئيسى على المعلومات الخاصة بالمشروع، كما أوضحنا حتى الآن فى هذا الفصل. ولكن المعلومات الخاصة بالمديرين التنفيذيين وخاصة العاملين فى مجال المعرفة والمتعلقة بأعمالهم ربما كانت أهم. وبالنسبة للعاملين المعرفيين وخاصة المديرين التنفيذيين تعتبر المعلومات مصدرهم الأساسى. وتتزايد قدرة المعلومات على إيجاد رابطة بينهم وبين زملائهم العاملين وبين المنظمة وبقية "الشبكة". وبمعنى آخر، هى المعلومات التى تمكن العاملين المعرفيين من أداء واجباتهم.

مما سبق يتضح أن أحداً لا يستطيع الإمداد بالمعلومات التى يحتاج إليها العاملون المعرفيون وخاصة المديرين التنفيذيين غير العاملين المعرفيين والمديرين التنفيذيين أنفسهم. ولكن بعض المديرين التنفيذيين حتى الآن بذلوا جهودا طيبة لتقرير ماذا يريدون وحتى كيف ينظمونه. وكانوا يميلون إلى الاعتماد على منتجى البيانات، من العاملين فى مجال تقنية المعلومات والمحاسبين لكى يتخذوا لهم القرارات. ولكن

منتجى البيانات لا يمكنهم معرفة أى نوع من البيانات يريدونها المستخدمون حتى يجعلوها معلومات. والعاملون المعرفيون الفرادى وخاصة المديرون التنفيذيون الفرادى وحدهم يستطيعون تحويل البيانات إلى معلومات، وهم وحدهم القادرون على أن يقرروا كيف ينظموا المعلومات حتى تكون مفتاحا لأعمالهم الموثرة.

ولكى ينتج المديرون التنفيذيون المعلومات التى يحتاجون إليها فى أعمالهم عليهم أن يبدؤا بالسؤالين الآتيين:

• "ما هى المعلومات التى أنا مدين بها للعاملين الذين يعملون معى والذين أعتمد عليهم؟ وبأى شكل؟ وفى أى إطار زمنى؟"

• "ما هى المعلومات التى أنا فى حاجة إليها؟ وممن أحصل عليها؟ وبأى شكل؟ وفى أى إطار زمنى؟"

وهذان السؤالان مترابطان ترابطا وثيقا. ولكنهما مختلفان. فماذا أنا مدين به يأتى أولا؛ لأنه ينشئ اتصالات. وبدون أن تنشأ هذه الاتصالات، فلن يرد إلى المدير التنفيذى تدفق مرتجع من المعلومات.

علمنا ذلك منذ أن نشر تشيستر أ. بارنارد (١٨٨٦-١٩٦١) كتابه الرائد **وظائف المدير التنفيذى** (١٩٣٨) منذ ما يزيد عن ستين عاما. ولكن، رغم أن كتاب بارنارد نال تقديرا عالميا، فإن أثره العملى كان قليلا. فالاتصال عند بارنارد كان غامضا وعاماً. فهو علاقات إنسانية وشخصية. وعلى أية حال، فإن ما جعل الاتصالات فاعلة ومؤثرة فى موقع العمل هو تركيزها على شىء خارج الشخص. فعليها أن تركز على مهمة عامة وعلى التحدى العام؛ فعليها أن تركز على العمل.

وإذا سألت: "لن أنا مدين بالمعلومات حتى يقوموا بأعمالهم؟" فالاتصالات مركزة على المهمة العامة والعمل العام. وتصبح حينئذ مؤثرة فاعلة. وعلى هذا فإن السؤال الأول كما هو الحال فى العلاقات الفاعلة، ليس: "ماذا أريد وماذا أنا فى حاجة إليه؟" بل هو: "ماذا يريد العاملون الآخرون؟ وماذا يحتاجون إليه منى؟" وكذلك: "من

هم أولئك العاملون؟" وحينئذ فقط يكون السؤال: "ما هي المعلومات التي أحتاج إليها؟ وممن؟ وبأى شكل؟ وفى أى إطار زمنى؟".

والعاملون الذين يوجهون هذه الأسئلة سرعان ما يجدون أن قليلا من المعلومات التي يحتاجون إليها تأتيهم من نظم معلومات شركتهم. ويأتى البعض من المحاسبة، على الرغم من أنه فى كثير من الحالات يلزم إعادة التفكير فى بيانات المحاسبة وإعادة تشكيلها وإعادة تنظيمها حتى تتمشى مع عمل المدير التنفيذى. ولكن كثيرا من المعلومات التي يحتاج إليها المديرون التنفيذيون لأعمالهم تأتي كما سبق ذكره من الخارج، ويجب أن تنظم على انفراد وبوضوح من نظام المعلومات الداخلية.

والشخص الوحيد الذى يستطيع الإجابة على هذا السؤال: "ما الذى أنا مدين به فى مجال المعلومات؟ وإلى من؟ وفى أى شكل؟" هو الشخص الآخر. والخطوة الأولى للحصول على المعلومات التي يحتاج إليها المديرون التنفيذيون لأعمالهم هي التوجه إلى أى فرد من الذين يعملون معه، وأى فرد يعتمدون عليه، وأى فرد فى حاجة إلى معرفة ماذا يقومون به أنفسهم ويسألهم. ولكن قبل أن يسأل المرء يتعين عليه أن يكون مستعدا للإجابة. لأن الشخص الآخر يجب أن يعود ليسأل: "وأية معلومات تحتاج إليها منى؟" ومن الآن يحتاج المدير التنفيذى أولا إلى التفكير فى كلا السؤالين، ولكنه حينئذ يبادر بالتوجه إلى الآخرين ويسألهم أولا أن يخبروه: "بماذا أنا مدين لكم؟".

وكلا السؤالين: "بماذا أنا مدين؟" و"ماذا أنا أريد؟" يبدو صحيحا وهو أمر مخادع. ولكن أى فرد يسأل هذه الأسئلة سرعان ما يجد أنها تحتاج إلى تفكير عميق، وتجريب كثير، وعمل شاق للإجابة عليها. وليست الإجابات أبدية. والحقيقة أن هذه الأسئلة يجب أن توجه مرة ثانية، كل عام ونصف تقريبا. ويجب كذلك أن توجه فى كل وقت يحدث فيه تغيير حقيقى، مثل تغيير نظرية المشروع فى العمل التجارى، أو فى وظيفة الفرد، أو مهمته، أو فى وظائف ومهام العاملين الآخرين.

ولكن الأفراد إذا وجهوا هذه الأسئلة بجدية، فسرعان ما يدركون كل ما يريدون وما هم مدينون به. ومن ثم يبدو أن تنظيم كليهما.

تنظيم المعلومات

المعلومات التي لم تنظم تظل بياناتٍ، ولكي يكون للبيانات معنى يجب أن تصبح معلومات. وليس واضحا على الإطلاق الشكل الذي تصبح فيه أنواع معينة من المعلومات ذات معنى مفهوم، وخاصة في الشكل التنظيمي الذي يجعلها مفهومة لوظيفة الفرد. والمعلومة ذاتها ربما تنظم في طرق مختلفة لأغراض مختلفة.

وهذا هو أحد الأمثلة. منذ أن تولى جاك ويلش وظيفة الموظف التنفيذي المركزي في عام ١٩٨١، كوَّنت شركة جنرال إلكتريك ثروة أكثر من أية شركة أخرى في العالم. وأحد عناصر النجاح كان تنظيم شركة جنرال إلكتريك المعلومات ذاتها عن أداء كل فرد في وحداتها التجارية على انفراد ولمختلف الأغراض. واحتفظت بالتقارير المالية والتسويقية بالطريقة التي تفضلها أعمالهم التجارية كل عام أو نحو ذلك. ولكن البيانات ذاتها تنظم كذلك من أجل وضع الخطة الاستراتيجية البعيدة المدى. أي توضح مجالات النجاح غير المتوقع ومجالات الفشل غير المتوقع وتوضح كذلك أين اختلفت أحداث واقعية اختلافا كبيرا عما كان متوقعا، وهناك طريقة ثالثة لتنظيم البيانات ذاتها هي التركيز على الأداء المتجدد للعمل التجاري، الذي أصبح عنصرا كبيرا في تقرير التعويضات والمكافآت للمدير العام وكبار العاملين في الإدارة في وحدة العمل التجاري. وأخيرا، نُظمت البيانات ذاتها لتوضح كيف عاملت الشركة وحدة العمل التجاري وإدارتها وطورت العاملين، وهذه الأمور صارت عنصرا أساسيا في تقرير ترقية المدير التنفيذي وخاصة المدير العام لوحدة العمل التجاري.

وليس هناك مديران تنفيذيان حسب خبرتي ينظمان المعلومات ذاتها بنفس الطريقة. وينبغي أن تُنظم المعلومات بالطريقة التي يعمل بها المديرون التنفيذيون. ولكن هناك بعض القواعد الأساسية في علم المناهج تنظم بناء عليها المعلومات. إحداها الحدث الأساسي. فآية أحداث – لأن الأحداث أكثر عادة من واحد – تُعتبر المفصل الذي يعتمد عليه أداء المدير التنفيذي مبدئيا؟ وقد يكون الحدث تقنيا مثل النجاح في

مشروع بحثي. وربما يتعامل الحدث مع العاملين وتنميتهم. وربما يتعامل مع إنشاء منتج جديد أو خدمة جديدة مع عملاء أساسيين معينين. وربما كان للحصول على عملاء جدد. وما الحدث الأساسي إلا القرار الفردي للمدير التنفيذي. وهو قرار يحتاج إلى المناقشة مع العاملين الذين يعتمد عليهم هذا المدير التنفيذي. وربما كان القرار أهم شيء ينبغي أن تصل من خلاله المنظمة إلى العاملين الذين يعملون معها وخاصة إلى الرئيس.

وهناك فكرة أخرى في علم المناهج لتنظيم المعلومات تنبثق من نظرية "ظاهرة العتبة"، وهي النظرية التي تشكل الأساس في علم النفس الإدراكي. وكان أول من أيقن أننا لا نشعر مثلاً بوخز الدبوس حتى يصل إلى حد معين أي حتى يخترق الحد الأدنى للإدراك، هو عالم الطبيعيات الألماني جوستاف فيشنر (١٨٠١-١٨٨٦). وكثير من الظواهر تتبع نفس القانون، وهي ليست بالفعل "ظاهرة"، بل هي بيانات حتى تصل إلى حد معين وتخترق عتبة الإدراك.

وتنطبق هذه النظرية على عدة أحداث بعضها في العمل وبعضها في الحياة الشخصية، تمكن المرء من تنظيم البيانات في معلومات. وعندما نتحدث عن "انحسار" الاقتصاد، نتحدث عن ظاهرة العتبة، أي إن هبوط المبيعات والأرباح هو انحسار عندما يخترق عتبة معينة، أو عندما يستمر بعد فترة معينة من الزمن مثلاً. وبالمثل، يصبح المرض "وباء" عندما يدخل في مجتمع معين ويتجاوز عتبة معينة.

وهذه الفكرة مفيدة بالتحديد في تنظيم المعلومات عن الأحداث الخاصة بالأفراد. ومثل هذه الأحداث كالحوادث والتحويلات والمظالم وغيرها تصبح مهمة عندما تخترق عتبة معينة. ولكن نفس الشيء صحيح في الأداء المتجدد في إحدى الشركات، فيما عدا أن عتبة الإدراك فيها هي النقطة التي يهبط دونها الأداء المتجدد وتصبح وثيقة الصلة بالأداء فتطالب بالتدخل. وفكرة العتبة هي تماماً واحدة من أهم الأفكار المفيدة لتقرير متى تصبح سلسلة من الأحداث "اتجاها شائعا" ويحتاج إلى الانتباه وربما إلى التدخل الفعلي، وحينما تبدو الأحداث ملفتة للأنظار فهي بذاتها ليست ذات معنى.

وأخيراً، وجد كثير من المديرين التنفيذيين أن الطريقة الوحيدة لتنظيم المعلومات بفاعلية هي ببساطة تنظيم كيف تُبلغ المرء بغير المعتاد.

ومن الأمثلة، "خطاب المدير". فالعاملون مع المدير يحرون له خطابات شهرية يبلغونه فيها بأى شىء غير عادى وغير متوقع كل فى مجال عمله. ومعظم هذه الأشياء "غير العادية" يمكن إغفالها ببساطة. ولكن تكرارها مرة تلو الأخرى ينذر بحدث "غير عادى"، وخارج النطاق العادى لاحتمالات التوزيع. ومرة بعد مرة تحدث سلسلة من الأحداث، قد تكون غير مهمة فى نطاق كل تقرير، ولكنها تصبح مهمة إذا أضيفت إلى بعضها البعض. وتارة بعد أخرى تجلب خطابات الإدارة نمونجا يجب الاهتمام به، ومرة بعد مرة توصل المعلومات.

لا مفاجآت

ليس هناك نظام دقيق يصممه العاملون المعرفيون وخاصة المديرون التنفيذيون لإبلاغهم بالمعلومات التى يحتاجون إليها فى أعمالهم. ولكن بمرور السنين يتحسن النظام بانتظام. والاختبار النهائى لنظام المعلومات هو ألا توجد هناك مفاجآت. وقبل أن تصبح الأحداث مهمة يقوم مديرو التنفيذ بالتكيف معها والتحكم فيها وتحليلها وفهم أبعادها واتخاذ الإجراء المناسب حيالها.

ومن الأمثلة القليلة جداً المؤسسات المالية الأمريكية الثلاث أو الأربع التى لم تفاجأ فى أواخر التسعينيات من القرن العشرين بالانهيار فى آسيا. إذ فكرت فيما تعنى "المعلومات" بالنسبة للاقتصادات والعملات الآسيوية. فاستأصلت بالتدريج كل المعلومات التى حصلت عليها من مساعدتها ومؤسساتها الفرعية فى تلك الدول، واعتبرتها مجرد "بيانات". وبدلاً من ذلك بدأ مديروها التنفيذيون ينظمون معلوماتهم عن هذه الأشياء، كالنسبة بين الاستثمار الثابت واستثمار حافظة الأوراق المالية فى تلك الدول، وكذلك النسبة بين استثمار حافظة الأوراق المالية، أى الاقتراض القصير الأجل وميزان المدفوعات فى تلك الدوله ومعه المبلغ المتاح لخدمة الدين الأجنبى القصير

الأجل. وقبل أن تتحول هذه النسب بوقت طويل إلى غير صالح الدول، الأمر الذى جعل الذعر يبدو حتميا فى ربوع آسيا، تبين هؤلاء المديرون التنفيذيون ضرورة الخروج من هذه الدول للنمو القصير الأجل، أو للبقاء بناء على خطة استراتيجية طويلة الأجل جدا وخطيرة جداً. وبمعنى آخر تبينوا ماذا تعنى البيانات الاقتصادية بالنسبة للدول الناهضة، ونظموها وحللوها وفسروها. فحوّلوا البيانات إلى معلومات وقرروا أى إجراء يتخذون قبل أن يكون ذلك الإجراء ضروريا بوقت طويل.

وبالمقارنة، قامت الأغلبية المطلقة فى شركات أمريكا وأوروبا وآسيا التى لها أُمال تجارية فى آسيا و/أو مستثمرة هناك، بالاعتماد على التقارير الواردة من العاملين التابعين لها فى تلك الدول. وتبين أن هذه التقارير ليست معلومات بالمرة، والحقيقة أنها كانت معلومات مضللة. ولكن المديرين التنفيذيين الذين أمضوا عدة سنوات يسألون: "ما هى المعلومات ذات القيمة بالنسبة لأعمالنا التجارية فى تايلاند أو إندونيسيا؟" وكانت جاهزة.

وكثيرا ما كانت كميات البيانات تؤخذ على أنها معلومات، كما لو كان مجلد هواتف المدينة الضخم يجعل من غير الضرورى أن نعرف مَنْ الذى نريد الوصول إليه. ما هو اسمه أو اسم عمله التجارى، ولماذا نريد التحدث مع هذا الشخص. ويتعين على المديرين التنفيذيين أن يتعلموا شيئين: حذف البيانات التى لا تتعلق بالمعلومات المطلوب الحصول عليها، وتنظيم البيانات وتحليلها وتفسيرها ثم تركيز المعلومات الناتجة على العمل. فليس الغرض من المعلومات المعرفة، بل أن تجعلك قادرا على اتخاذ القرار السليم فى العمل الصحيح.

التوجه إلى الخارج

يشكل المثال المضروب عن شركات الدول المتقدمة التى فاجأها انهيار اقتصاد الدول الناهضة فى ربوع آسيا، الأساس فى إبراز أهمية الحصول على معلومات خارجية مفيدة.

وأمام المدير التنفيذي فى النهاية طريقة وحيدة للحصول عليها وهى التوجه شخصيا إلى الخارج. ولا يهم كيف تكون التقارير جيدة، أو كيف يكون الاقتصاد طيبا، أو النظرية المالية التى يسير عليها، فلا شئ يضر المشاهدة الشخصية المباشرة، وفى الشكل الذى يجعلها مشاهدة خارجية حقا.

حاولت سلسلة المتاجر الكبرى الإنجليزية مرارا أن تؤكد وجودها فى أيرلندا المجاورة، ولكن صادفها نجاح قليل جدا. وسلسلة المتاجر الكبرى الرائدة فى أيرلندا هى سوبر كوين أنشأها وأدارها فيرجال كوين. وسر نجاحه ليس فى تجارته الأفضل ولا أسعاره الأقل؛ بل إن السر هو أنه وجميع المديرين التنفيذيين يمضون يومين فى كل أسبوع خارج مكاتبهم. ويمضى كل منهم أحد الأيام بالفعل منفذا لوظيفة فى المتجر الكبير بالعمل فى خدمة العملاء على مائدة فحص السلع، أو مديرا للأطعمة الوشيكة على انتهاء صلاحيتها للاستخدام. ويمضى يوما آخر فى المتاجر الكبرى المنافسة، يشاهد ويستمع ويتحدث مع موظفى المتاجر الكبرى المنافسة وعملائها.

وأكبر شركة توريدات للمستشفى فى الولايات المتحدة بناها أحد رؤساء المديرين التنفيذيين الذى يقضى بنفسه أربعة أسابيع فى السنة بمعدل أسبوعين مرتين فى السنة، يحل محل أحد الباعة الذين قاموا بالإجازة. وطالب جميع المديرين التنفيذيين فى الشركة بإجراء ذات التصرف. فإذا عاد البائع المنتظم تقول له العميلة دائما وهى مثلا راهبة تشتري إمدادات للمستشفى الكاثوليكي: "من هذا الغبى الأبكى الذى حل مكانك؟ فهو دائما يسألنى لماذا أشتري الإمدادات من الموردين الآخرين وليس منك؟ ولم يحدث قط أن اهتم بالذات بالحصول على طلب توريد لما تباع". ولكن هذه هى بإيجاز نقطة التمرين.

وهناك ملاحظة قديمة جدا تقول إن هناك أشياء قليلة تؤدى إلى تحسين أداء الطبيب مثل بقاءه فى المستشفى مريضا لمدة أسبوعين.

ويرتفع تقدير بحوث التسويق وجماعات التركيز وغيرها بطريقة صحيحة. ولكنها لا تزال تركز على منتوجات الشركة. ولا تركز على ما يشتري العميل وما يهتم به. ولا يحصل على المعلومات الحقيقية عن الخارج مثل العميل والبائع والمريض. وحتى هذه المعلومات بطبيعة الحال لا تزال محدودة في نظر العملاء وغير العملاء. فما هي المعلومات الأخرى عن الخارج التي يحتاج إليها المديرون التنفيذيون لأداء مهامهم؟ وكيف يمكنهم الحصول عليها؟

وهذا هو أحد الأسباب التي تجعل الشخص الذي يعمل متطوعا في خدمة وكالة لا تبغى الربح كما هو واضح في الفصل السادس يكون مهما، ليس فقط لإعداد نفسه للنصف الثاني من عمره. ويمثل هذه الأهمية طريقة الحصول على المعلومات الخارجية عن كيف يقوم قوم آخرون لهم وظائف أخرى وخلفيات أخرى ومعارف أخرى وقيم أخرى ووجهات نظر أخرى بالنظر إلى العالم والتفاعل معه والقيام برد الفعل وصنع القرارات. ولهذا السبب أيضا تتزايد أهمية التعليم المستمر للبالغين الناجحين. ففي دورات الجامعة يضطر العامل المعرفي الناجح البالغ من العمر خمسة وأربعين عاما سواء أكان مديرا تنفيذيا في عمل تجاري أو محاميا أو رئيسا للجامعة أو قسيسا في كنيسة وهكذا، إلى العمل مع قوم متنوعين في خلفياتهم وقيمهم. وهناك طريقة واحدة ليست فقط بتحديث معلومات المرء بل بالحصول كذلك على ما يحتاج إليه المديرون التنفيذيون: المعلومات عن الخارج.

وفي المستقبل البعيد، ربما تكون المعلومات عن الخارج أهم المعلومات التي يحتاج إليها المديرون التنفيذيون في أداء أعمالهم. وفي الوقت ذاته، لا تزال في حاجة إلى تنظيم. وهذه المعلومات ليست فقط الأساس للعمل الصحيح؛ بل هي بالمثل الأساس للتحديات التي نناقشها في الفصلين التاليين: تحدى إنتاجية العامل المعرفي وتحدى الإدارة الذاتية. وكلاهما يعتمد تماما على المديرين التنفيذيين الذين يعرفون المعلومات

التي هم في حاجة إليها في أعمالهم، والمعلومات التي هم مدينون بها للآخرين، وعلى التنمية المنهجية للأساليب التي تحوّل فوضى البيانات في الكون إلى معلومات منظمة ومركزة على عمل المدير التنفيذي ووظيفته.

الفصل الخامس

إنتاجية العامل المعرفى

إنتاجية العامل اليدوى. مبادئ إنتاجية العامل اليدوى. مستقبل إنتاجية العامل اليدوى. ماذا نعرف عن إنتاجية العامل المعرفى؟ ما هى المهمة؟ العامل المعرفى بصفته أصلا أساسيا. خبراء التقنية. العمل المعرفى بصفته منهجا. ولكن كيف نبدأ؟ إدارة الشركة.

مقدمة

أهم إسهامات الإدارة وأكثرها تفردا فى القرن العشرين هو تضاعف إنتاجية العامل اليدوى خمسين مرة فى التصنيع. وأهم إسهام تحتاج الإدارة إلى أن تصنعه فى القرن الحادى والعشرين هو المضاعفة بالمثل فى إنتاجية العمل المعرفى والعامل المعرفى.

وأقيم أصول للشركة فى القرن العشرين هى معدات الإنتاج. وأقيم أصول المؤسسة فى القرن الحادى والعشرين سواء أكانت عملا تجاريا أو غير ذلك سوف يكون العمال المعرفيين وإنتاجيتهم.

أولا- إنتاجية العامل اليدوى

نظرة أولية: أين نحن الآن.

لأول مرة منذ أكثر من مائة عام بقليل نظر الشخص المتعلم نظرة واقعية إلى العمل اليدوى والعمال اليدويين، وحينئذ بدأ يدرس كلا منهما. وفى القرن السادس قبل الميلاد تغنى الشاعر الإغريقى العظيم هيزيود بعمل الفلاح، وفى نهاية القرن الأول قبل الميلاد أى بعده بخمسمائة عام تغنى الشاعر الرومانى فيرجيل كذلك بعمل الفلاح.

وجاءت أناشيدهما ولا تزال من أرق القصائد فى جميع اللغات. ولكن لا العمل الذى تغنيا به ولا الفلاحين يحمل حتى أبعد الشبه عن الحقيقة أو حتى أى تفسير لها. فلم يمسك هيزيود ولا فيرجيل منجلا فى يده. ولا رعى غنما أو حتى رأى أيا من الفلاحين أو الرعاة. وبعد فيرجيل بألف وثمانمائة عام جاء كارل ماركس (١٨١٨-١٨٨٣) ليكتب عن العمل اليدوى والعمال اليدويين، ولم ير هو الآخر أيا منهم ولا لمس آلة. وأول من فعل الاثنين أى اشتغل كعامل يدوى ثم درس العمل اليدوى كان فريدريك وينسلو تايلور (١٨٥٦-١٩١٥).

يدلنا التاريخ المسجل حتى قبل أن يسجل التاريخ أنه كان هناك تطور فيما نسميه اليوم "الإنتاجية"، ذلك المصطلح الذى يبلغ عمره خمسين عاما. وكان ذلك نتيجة استخدام أدوات جديدة وأساليب جديدة وتقنية جديدة، وهى تطورات لما يسميه خبراء الاقتصاد "رأس المال". وحدثت تطورات قليلة عبر العصور التى يسميها خبراء الاقتصاد "العمل" أى إنتاجية العامل. وكان من البديهي أن العمال عبر التاريخ استطاعوا أن ينتجوا أكثر، إما بالعمل الشاق أو بزيادة ساعات العمل. ولم يوافق خبراء الاقتصاد فى القرن التاسع عشر على كثير من الأشياء التى يقوم بها خبراء الاقتصاد اليوم. ولكن منذ عهد ديفيد ريكاردو (١٧٧٢-١٨٢٣) وافق الجميع من خلال كارل ماركس على أن هناك اختلافات هائلة فى المهارة بين العمال، وليس هناك اختلافات فيما يتعلق بالإنتاجية سوى الاختلاف بين العامل المجتهد والعامل الكسول أو بين العمال الأقوياء بدنيا والعمال الضعفاء. فالإنتاجية لم تعد قائمة. وظلت عنصرا غريبا ليس طرفا فى المعادلة فى معظم نظريات الاقتصاد المعاصرة؛ عند كينيس [جون مينارد الأول بارون كينيس - ١٨٨٣-١٩٤٦، وهو الخبير الاقتصادى والكاتب الإنجليزى - **ويبستر** - المترجم] وكذلك عند المدرسة النمساوية.

وبعد ذلك بعقد نظر تايلور أولا إلى العمل وقام بدراسته، وقامت الإنتاجية للعامل اليدوى بطريقة غير مسبوقة. ومنذ ذلك الحين ظلت ترتفع بانتظام بمعدل ٣,٥٪ فى مجموعة المنشآت التجارية فى السنة أى أنها ارتفعت خمسين ضعفا منذ تايلور.

وتنبنى على هذا الإنجاز جميع المكاسب الاقتصادية والاجتماعية فى القرن العشرين. فإنتاجية العامل اليدوى أوجدت ما نسميه اليوم الاقتصاديات "المتقدمة". وقبل تايلور لم يكن هناك مثل هذا الشئ، بل كانت جميع الاقتصاديات "تحت التنمية". والاقتصاد تحت التنمية اليوم أو حتى الناهض هو ذلك الذى لم يجعل العامل اليدوى بعد منتجا.

مبادئ إنتاجية العامل اليدوى

تبدو مبادئ تايلور بسيطة وخادعة.

أول خطوة لجعل العامل اليدوى منتجا أن ننظر إلى الوظيفة وتحللها إلى حركاتها المكونة لها. **والخطوة الثانية** هى أن تشكل كل حركة والجهد البدنى الذى تبذله والزمن الذى تستغرقه. **والخطوة الثالثة** هى حذف الحركات غير الضرورية، فعندما نظرنا إلى العامل اليدوى وجدنا أن عددا كبيرا من الإجراءات التقليدية المبجلة تبين أنها مضيعة للوقت دون إضافة أى شئ. **والخطوة الرابعة** أن تُعد كل من الحركات المتبقية التى تعتبر ضرورية لإنتاج المنتج النهائى بحيث تُجرى بأبسط الطرق وأسهلها حتى تضمن بذل أقل جهد بدنى وأقل توتر ذهنى للمشغل فى أقل وقت ممكن. **والخطوة الخامسة** هى أن توضع كل الحركات مع بعضها فى "وظيفة" أى فى تسلسل منطقى. **والخطوة السادسة** والأخيرة هى إعادة تصميم الآلات التى نحتاجها لإجراء هذه الحركات. وعندما ننظر إلى أية وظيفة بغض النظر عن آلاف السنين التى مرت على أدائها، نجد أن الأدوات التقليدية كانت جميعها خاطئة لتنفيذ المهمة. وعلى سبيل المثال كانت هذه هى الحال بالنسبة للجاروف الذى يجرف الرمل ليصبه فى مسبك المعادن، وهو أول مهمة درسها تايلور. كان شكله خاطئا وحجمه خاطئا ومقبضه خاطئا. ولكننا وجدنا ذلك صحيحا تماما فى أدوات الطبيب الجراح التقليدية.

وتبدو مبادئ تايلور جلية واضحة كما تبدو الوسائل الفعالة دائما. واستغرق تايلور فى إجراء تجاربه عشرين سنة لتذليل الصعاب.

وعلى مدى المائة سنة الماضية حدثت تغييرات لا حصر لها ومراجعات وتصفيات. والمسمى الذى أطلقه علم المناهج تغير هو الآخر على مدى القرن. وكان أول مسمى أطلقه تايلور على طريقته هو "تحليل المهمة" أو "إدارة المهمة". وبعد عشرين عاما أعيدت تسميتها لتكون "الإدارة العلمية". وبعد عشرين عاما آخر أى بعد الحرب العالمية الأولى عُرِفَت فى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة واليابان "بالهندسة الصناعية" وفى ألمانيا "بالترشيد العقلانى".

إذا ادّعت أن منهجك "يرفض" أو "يحل محل" منهج تايلور، فغالبا ما يكون ذلك "علاقات عامة" نمطية. والذى جعل منهج تايلور قويا جعله كذلك غير شائع. وما رآه تايلور عندما نظر إلى العمل خالف ما قاله الشعراء والفلاسفة عن العمل منذ هيزيود وقيرجيل حتى كارل ماركس. وأشاد الجميع "بالمهارة". وأوضح تايلور أن العمل اليدوى ليس فيه مهارة، بل هناك فقط حركات بسيطة متكررة. والتي تجعلها منتجة هى المعرفة أى الطريقة التى تضم هذه الحركات البسيطة غير الماهرة إلى بعضها وتنظّم وتنقّذ. والحقيقة إن تايلور كان أول من طبق المعرفة فى العمل(١).

وهذا هو الذى أوقع العداوة والبغضاء بين تايلور ونقابات العمال فى عصره، وكانت جميعها نقابات حرفية معتمدة على سر المهنة فى كفاءة الأداء وتحكمها فيها. زد على ذلك، أن تايلور نادى، وما زال نداؤه محرّما على نقابة العمال، بأن يتلقى العمال أجورهم بناء على إنتاجيتهم؛ أى على الناتج وليس على الطاقة المبذولة مثل ساعات العمل. ولكن تعريف تايلور للعمل على أنه سلسلة من العمليات يفسر كذلك بوضوح رفض كل من لم يقدّر أى عمل يدوى

(*) وفى العمل فى أقدم مهنة معرفية وهى الطب، فعل الطبيب المعاصر القريب من تايلور وهو ويليام أوسلر (١٨٤٩-١٩١٩) ما فعل تايلور فى نفس الوقت؛ فى كتابه الصادر فى عام ١٨٩٢ بعنوان **المبادئ والتطبيق فى الطب** (ويعتبر أفضل نص منذ كتاب **علم الهندسة** ليوكليد فى القرن الثالث قبل الميلاد). وسمى كتاب أوسلر بحق تطبيق الإدارة العلمية فى التشخيص الطبى. ونادى أوسلر بما نادى به تايلور من أنه ليست هناك مهارة، بل هناك طريقة فقط.

مثل أحفاد الشعراء والفلاسفة القدامى ورجال الأدب والمفكرين لهذا التعريف. لقد حطم تايلور النظرة الخيالية للعمل، وبدلاً من أن يكون "مهارة نبيلة" صار سلسلة من الحركات البسيطة.

ولكن كل منهج أثناء المائة سنة الأخيرة لاقى نجاحاً محدوداً في رفع إنتاجية العمال اليدويين ورفع أجورهم الحقيقية، كان معتمداً على مبادئ تايلور بغض النظر عن ارتفاع صوت المؤيدين لها بالاختلاف مع تايلور، وهذا صحيح بالنسبة إلى "توسيع نطاق العمل" و"إثراء العمل" و"دورة الوظيفة"، وكلها تستخدم وسائل تايلور لتخفيف العبء عن العامل، وبهذا تزيد إنتاجيته. وهذا صحيح في امتدادات نظريات تايلور مثل تحليل المهمة والهندسة الصناعية إلى إجراءات العمل اليدوى بأكملها مثل خط التجميع الذى أنشأه هنرى فورد والذى تطور بعد عام ١٩١٤ عندما كان تايلور مريضاً وعجوزاً ومتقاعدًا. وهذا صحيح كذلك بالنسبة إلى ما طبقته اليابان من نظريات حول "دائرة الجودة" و"التحسين المستمر" (keizen) و"التسليم الفورى".

وخير مثال هو "إدارة الجودة الكلية" التى أبدعها دبليو إدواردز ديمينج (١٩٠٠-١٩٩٣). فالذى فعله ديمينج والذى جعل إدارة الجودة الكلية فاعلة هو تحليل الوظيفة وتنظيمها بالطريقة ذاتها التى أبدعها تايلور. ولكنه فى عام ١٩٤٠ أضاف التحكم فى الجودة بناءً على نظرية الإحصاء التى أبدعها بعد وفاة تايلور بعشر سنوات. وأخيراً، وفى السبعينيات من القرن العشرين أحل ديمينج دورة التلفاز المغلقة ومحاكى الحاسب الإلكترونى محل ساعة التوقيف وتصوير الحركات اللتين استخدمهما تايلور. ولكن محلى التحكم فى الجودة عند ديمينج هم صورة طبق الأصل من مهندسى الكفاءة عند تايلور ويعملون بنفس الطريقة.

ومهما كثرت القيود والقصور عند تايلور فإن أحداً من الأمريكيين حتى هنرى فورد (١٨٦٣-١٩٤٧) ليس له مثل أثره. فإن "الإدارة العلمية" وتابعتها "الهندسة الصناعية" من الفلسفات الأمريكية التى اجتاحت العالم، أشد حتى من الدستور والوثائق

الاتحادية. وفي القرن الأخير كانت هناك فلسفة واحدة منتشرة في جميع أنحاء العالم تنافس فلسفة تايلور، ألا وهي الماركسية. وأخيرا انتصر تايلور على ماركس.

وفي الحرب العالمية الأولى اجتاحت الإدارة العلمية الولايات المتحدة مع خط تجميع فورد المبني على نظرية تايلور. وفي العشرينيات من القرن العشرين اجتاحت الإدارة العلمية غربى أوروبا وبدأ اليابانيون يطبقونها.

وفي الحرب العالمية الثانية توازن كل من الإنجاز الألماني والإنجاز الأمريكي في تطبيق مبادئ تايلور في التدريب. فهيئة الأركان العامة الألمانية بعد أن خسرت الحرب العالمية الأولى طبقت نظرية "الترشيذ العقلاني" أي الإدارة العلمية عند تايلور على مهام الجنود والتدريب العسكري. وهذا هو الذى مكن هتلر من تكوين آلة قتال رادعة فى ست سنوات منذ أن تولى السلطة حتى عام ١٩٣٩. وفي الولايات المتحدة طبقت نفس المبادئ فى تدريب القوى العاملة فى الصناعة، وكانت تجريبية فى الحرب العالمية الأولى وصارت فى كامل قوتها فى الحرب العالمية الثانية. وهذا هو الذى مكّن الأمريكيين من التفوق فى الإنتاج على الألمان، حتى ولو أن نسبة أكبر من التعداد السكانى من الذكور فى الولايات المتحدة تفوق مثيلتها فى ألمانيا كانت تؤدى الخدمة العسكرية بعيدا عن الإنتاج الصناعى. وحينئذ هيأت الإدارة العلمية المبنية على التدريب للقوى العاملة المدنية فى الولايات المتحدة أكثر من ضعف أو ثلاثة أمثال الإنتاجية للعمال فى ألمانيا فى عهد هتلر وفى أوروبا تحت سيادة هتلر. وهيأت الإدارة العلمية للولايات المتحدة القدرة على التفوق العدى على كل من ألمانيا واليابان فى ميدان المعركة، وبهذا تتفوق فى حجم الإنتاج عليهما بعدة مرات.

والتنمية الاقتصادية خارج العالم الغربى منذ ١٩٥٠ كانت مبنية فى الغالب الأعم على تقليد ما فعلت الولايات المتحدة فى الحرب العالمية الثانية، أى بتطبيق الإدارة العلمية لجعل العامل اليدوى منتجا. وكل تنمية اقتصادية مبكرة كانت مبنية على التجديد فى التقنية فى فرنسا أولا فى القرن الثامن عشر ثم فى بريطانيا العظمى منذ ١٧٦٠ حتى ١٨٥٠ وأخيرا فى القوى

العظمى الاقتصادية الجديدة فى ألمانيا والولايات المتحدة فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر. أما الدول غير الغربية التى نمت بعد الحرب العالمية الثانية بدءاً باليابان، فقد تحاشت التجديد التقنى. وبدلاً من هذا استوردت التدريب الذى طورته الولايات المتحدة أثناء الحرب العالمية الثانية اعتماداً على مبادئ تايلور، واستخدمتها فى رفع الإنتاجية غالباً طوال الليل لقوة عاملة غير ماهرة فى معظمها ممن لم يسبق لها العمل فى المجال الصناعى. ففى اليابان مثلاً كان ثلثا القوى العاملة لا تزال حتى عام ١٩٥٠ تعيش فى الريف وهى غير ماهرة فى أى عمل سوى زراعة الأرز. ولكن بينما كانت هذه القوى العاملة الجديدة عالية الإنتاج كانت لا تزال لمدة عقد أو أكثر تتلقى أجوراً ما قبل التصنيع حتى استطاعت هذه الدول مثل اليابان ثم كوريا ثم تايوان ثم سنغافورة أن تنتج نفس المنتجات الصناعية مثل الدول المتقدمة، ولكن بجزء من تكاليف عملها.

مستقبل إنتاجية العامل اليدوى

صُمم بحث تايلور للعامل اليدوى فى التصنيع وطُبق عليه فقط. ورغم هذه القيود التقليدية كان لها مجال هائل. ولا يزال يشكل المبدأ المنظم فى الدول التى يمثل فيها العمل اليدوى وخاصة العمل اليدوى فى مجال الصناعة قطاع النمو فى المجتمع والاقتصاد، أى فى دول "العالم الثالث" ذات الأعداد الكبيرة المتنامية من الشباب ذوى التعليم والمهارة المحدودين.

ولكن - كما نناقش بعد قليل فى هذا الفصل - هناك عدد ضخم من العمل المعرفى شاملاً العمل الذى يتطلب معرفة عالية التقدم ونظرية للغاية، وتضم العمليات اليدوية. وتحتاج الإنتاجية فى هذه العمليات إلى هندسة صناعية.

وفى الدول المتقدمة لم يعد التحدى المركزى يجعل العمل اليدوى منتجاً، فنحن نعرف بعد كل هذا، كيف يتم ذلك، بل إن التحدى المركزى سوف يكون: كيف نجعل العمال المعرفيين منتجين؟ وسرعان ما صار العمال المعرفيون أكبر مجموعة فردية فى

القوى العاملة فى كل الدول المتقدمة. وربما كانوا فى الولايات المتحدة خُمُسُ القوى العاملة، ولا تزال تشكل جزءاً أصغر، ولكنه سريع النمو فى القوى العاملة فى جميع الدول المتقدمة الأخرى. وعليه فوق ذلك سوف يتزايد اعتماد الإنتاجية والرخاء فى المستقبل والبقاء للاقتصاد فى الدول المتقدمة.

ثانياً- ماذا نعرف عن إنتاجية العامل المعرفى

بدأ مؤخراً العمل فى إنتاجية العامل المعرفى. وفى مجال العمل الفعلى فى إنتاجية العامل المعرفى كنا تقريبا فى عام ٢٠٠٠ فى نفس الموقع الذى كانت فيه إنتاجية العامل اليدوى فى عام ١٩٠٠ أى منذ قرن مضى. ولكننا نحن الآن نعرف عن إنتاجية العامل المعرفى أكثر إلى ما لا نهاية من معرفتنا بإنتاجية العامل اليدوى. ونعرف حتى الكثير من الإجابات. ولكننا كذلك نعرف التحديات التى لا نعرف حتى الآن لها جواباً، وبناءً عليه نحتاج إلى العمل فيها.

وهناك ستة عناصر كبرى تقرر إنتاجية العامل المعرفى:

- ١- تتطلب إنتاجية العامل المعرفى منا توجيه السؤال التالى: "ما هى المهمة؟".
- ٢- وتستوجب منا أن نضع المسئولية عن إنتاجية العمال المعرفيين على أفرادهم بأنفسهم. فالعمال المعرفيون ينبغى أن يديروا أنفسهم. ويجب أن يكون لديهم الحكم الذاتى.
- ٣- ويجب أن يكون التجديد المستمر جزءاً من العمل والمهمة والمسئولية عند العمال المعرفيين.
- ٤- ويحتاج العمل المعرفى إلى استمرار العامل المعرفى فى التعلم؛ وبنفس القدر يستمر فى التدريس.
- ٥- وإنتاجية العامل المعرفى ليست مبدئياً على الأقل مسالة كمية الإنتاج؛ فالجودة مطلوبة بالمثل.

٦- وأخيرا يلزم أن يُنظر إلى العامل المعرفى فى مجال الإنتاجية ويعامل على أنه "أصل" وليس "تكلفة". ويلزم أن يمارس العامل المعرفى العمل للمنظمة مفضلا إياها على أية فرص أخرى.

وكلُّ من هذه المطالب فيما عدا المطلب الأخير هو العكس الصحيح لما يلزم لزيادة إنتاجية العامل اليدوى.

وتهمنا كذلك الجودة فى العمل اليدوى، فنقص الجودة قيد. ويجب أن يكون هناك حد أدنى لمعيار الجودة. فإنجاز إدارة الجودة الشاملة عند تطبيقها فى نظرية الإحصاء على العمل اليدوى فى القرن العشرين يعنى خفض (وليس بالضرورة الإلغاء الكلى) الإنتاج الذى يقع دون معيار الحد الأدنى للجودة.

ولكن عند معظم العمل المعرفى لا تعتبر الجودة حداً أدنى ولا قيداً. فالجودة هى جوهر الناتج. ففى حكمنا على أداء المدرس لا نسأل عن عدد الطلاب الذين يحضرون له، بل نسأل عن عدد الطلاب الذين تعلموا أى شىء، وذلك هو سؤال الجودة. وعند تقييم الأداء لمختبر طبى، فالسؤال عن عدد الفحوص التى يستطيع أن يجريها بآلاته سؤال ثانوى إلى جانب السؤال الرئيسى عن عدد النتائج من الفحوص الصالحة التى يعتمد عليها. وهذا صحيح كذلك بالنسبة لكاتب حفظ الأضابير.

ولهذا فالهدف الأولى لإنتاجية العمل المعرفى هو الحصول على الجودة، ليس بالحد الأدنى للجودة بل بالحد الأقصى أو الأمثل لها. وحينئذ فقط نسأل: "ما هو حجم وكمية العمل؟".

وهذا لا يعنى فقط أننا ندرس مهمة جعل العامل المعرفى منتجا من تقييم جودة العمل أكثر من كميته، بل يعنى كذلك أن نلتزم بأن نتعلم كيف نعرف الجودة.

ما هى المهمة؟

والسؤال الحيوى فى إنتاجية العامل المعرفى هو السؤال الأول: "ما هى المهمة؟" وهو الذى يخالف تماما إنتاجية العامل اليدوى. فالسؤال الرئيسى فى العامل اليدوى

هو دائما: "كيف يجب أن يُؤدَّى العمل؟" ففي العمل اليدوى تكون المهمة دائما افتراضية. ولم يحدث أن سأل أحد العاملين فى إنتاجية العامل اليدوى: "ماذا يُفترض أن يعمل العامل اليدوى؟" بل كان سؤاله الوحيد: "كيف يؤدى العامل اليدوى واجبه على الوجه الأكمل؟".

كان هذا صحيحا فى الإدارة العلمية عند فريدريك دبليو تايلور كما كان عند كل من سيرز روبوك أو شركة فورد للسيارات اللذين صمما أول خط تجميع، والتحكم فى الجودة الشاملة عند دبليو إدوارد ديمينج.

ولكن السؤال الرئيسى فى العمل المعرفى هو: "ما هى المهمة؟".

ومن أسباب ذلك أن العمل المعرفى على عكس العمل اليدوى لا يبرمج العامل. فالعامل فى خط تجميع السيارات الذى يضع العجلة، مبرمج بالوصول المتزامن لهيكل السيارة على أحد الخطوط مع وصول العجلة فى الخط الثانى. والفلاح الذى يحرث الحقل استعدادا لزراعته لا ينزل من فوق جراره ليتلقى مكالمات هاتفية أو يحضر اجتماعا أو يكتب مذكرة. فما ينبغى عمله واضح دائما فى العمل اليدوى.

ولكن فى العمل المعرفى لا تبرمج المهمة العامل.

فالأزمة الكبيرة فى المستشفى مثلا عندما تنتاب الغيبوبة أحد المرضى تتحكم بطبيعة الحال فى مهمة الممرضة وتبرمجها. ولكن من ناحية أخرى يكون الأمر رهن قرار الممرضة سواء أأمضت الوقت بجوار سرير المريض أو أمضت الوقت فى تحرير الاستثمارات. والمهندسون دائما يتركون مهامهم عندما يضطرون إلى تحرير تقرير أو إعادة تحريره إذا كان مطالبا بحضور اجتماع أو غير ذلك. ومهمة البائع فى أحد أقسام المحل، هى خدمة العميل أو تقديم السلعة التى يهواها أو ينبغى أن يهواها. وبدلا من ذلك يمضى البائع وقتا

طويلا فى أعمال كتابية، أو فى البحث عن المخزون من السلع، أو فى الأمور التى تبعد البائع عن العميل ولا تضيف شيئاً إلى إنتاجيته فى تنفيذ ما يتلقى عليه أجرا وهو البيع وإشباع حاجة العميل.

والمطلب الأول فى تداول العمل المعرفى هو إيجاد ما هى المهمة حتى يمكن تركيز عمال المعرفة على المهمة، مع إلغاء أى عمل آخر أو على الأقل حتى يتم إلغاؤها. ويحتاج الأمر إلى أن يقوم عمال المعرفة بأنفسهم بتعريف المهمة. وعمال المعرفة فقط هم القادرون على القيام بذلك.

ويبدأ تداول إنتاجية عامل المعرفة بناء على هذا بتوجيه هذا السؤال إلى كل من عمال المعرفة ذواتهم:

ما هى مهمتك؟ وماذا يجب أن تكون؟ وما هو المتوقع منك أن تضيفه؟ وماذا يعترضك أثناء قيامك بعملك وينبغى أن يلغى؟

ودائماً يفكر عمال المعرفة فى هذه الأسئلة ويستطيعون الإجابة عنها. ولا تزال تستغرق وقتاً طويلاً وعملاً شاقاً لإعادة بناء وظائفهم حتى يستطيعوا الإضافة التى يتقاضون عنها أجورهم. ولكن توجيه الأسئلة واتخاذ الإجراءات التى تمهد للإجابة عن الأسئلة يضاعف مثليْن أو ثلاثة أمثال إنتاجية عامل المعرفة وبأسرع وقت ممكن.

تلك كانت نتيجة توجيه الأسئلة للممرضات فى إحدى المستشفيات الكبيرة؛ إذ انقسمن بالفعل إزاء مهمتين؛ إذ يقول فريق: "رعاية المريض"، ويقول الآخر: "إرضاء الأطباء". ولكنهن اتفقن تماماً على الأشياء التى تجعلهن غير منتجات وسمينها "العمل النظامى الروتينى chores"، مثل الأعمال الورقية، وتنسيق الزهور، والإجابة على هواتف أقرباء المرضى، وتلبية نداء أجراس المرضى وغير ذلك. وكل هذه الأعمال تقريبا يمكن تحويلها إلى كاتب الطابق من غير الممرضات، الذى يتقاضى جزءاً من المرتب الذى تتقاضاه الممرضة. وتضاعفت على الفور إنتاجية الممرضات فى الطابق عندما قيست بالزمن

الذى تقضيه الممرضة بجوار سرير المريض، وتضاعف بذلك إرضاء المريض.
وزال تحول الممرضات عن مهامهن؛ ذلك التحول الذى كان زائدا بصورة
مأساوية فى أربعة أشهر.

فإذا ما تم تعريف المهمة وتحديدها، أمكن معالجة المطالب الأخرى، وهى ما يعالجها
عمال المعرفة أنفسهم.

وتلك المطالب هى:

١- مسئولية العمال المعرفيين عن إسهاماتهم الذاتية، أى قرار العامل المعرفى فيما هو
مسئول عنه فى مجال الجودة والكمية وما يتعلق بالوقت والتكاليف. ويجب أن
يحصل العمال المعرفيون على الحكم الذاتى بما يستوجب المسؤولية.

٢- التجديد المستمر يجب أن يُبنى على وظيفة العامل المعرفى.

٣- التعلُّم والتدريس المستمر يجب أن يبنيا على الوظيفة.

وهذه المطالب تمت دراستها فى الفصل الثالث، ولكن هناك مطلب مركزى
لإنتاجية عامل المعرفة يظل متروكا دون تلبية. وعلينا أن نجيب على السؤال:

ما هى الجودة؟

فى بعض الأعمال المعرفية وخاصة فى بعض الأعمال التى تتطلب درجة عالية
من المعرفة، نقيس الجودة بالفعل. فالأطباء الجراحون مثلا يقيسون روتينيا وخاصة
من قبل زملائهم بمعدلات النجاح فى إجراءات صعبة وخطيرة كمعدلات الحياة التى
تُكتب لمرضى جراحة القلب المفتوح أو معدلات الانتعاش لمرضى جراحة تقويم
الأعضاء. ولكن كثرت حتى الآن الأحكام الرئيسة بدلا من القياسات بالنسبة للجودة
فى كثير من مجالات العمل المعرفى. والمشكلة الرئيسة ليست صعوبة قياس الجودة؛ بل
هى الصعوبة أو بالأحرى الرفض الحاد لتعريف ما هى المهمة وما يجب أن تكون
عليه.

وأفضل مثال أعرفه هو المدرسة الأمريكية. ويعرف كل امرئ أن المدارس العامة فى المدن الداخلية الأمريكية صارت مناطق كارثية. ولكن بجوارها وفى نفس الموقع وتخدم نفس النوع من الأطفال توجد المدارس الخاصة ومعظمها مدارس مسيحية يتصرف فيها الأطفال بسلوك محمود ويتعلمون تعليما جيدا. وهناك تأملات لا حصر لها لشرح هذه الاختلافات العميقة فى الجودة. ولكن من الأسباب الرئيسة بالتأكيد أن كلا النوعين من المدارس يعرف مهامه بطرق مختلفة. فالمدرسة النمطية العامة تُعرف المهمة على أنها "مساعدة الفقراء"؛ بينما المدرسة النمطية المسيحية وخاصة المدرسة الأبرشية التابعة للكنيسة الكاثوليكية تعرف المهمة على أنها: "تمكين من يريد أن يتعلم من التعليم". ولهذا نحكم على إحداها بالفشل فى التعليم المدرسى والأخرى بالنجاح فى التعليم المدرسى.

ولكن بالمثل هناك قسمان من أقسام البحوث فى كبرى شركات الأدوية يختلفان تماما فى النتائج نظرا إلى اختلافهما فى تعريف المهام. فيرى أحدهما المهمة على أنها تجنب الفشل بالعمل المنتظم فى التحسينات التى أمكن التنبؤ بها فى المنتجات الحالية وفتح الأسواق. وعرف الآخر مهمته على أنها إحداث "اختراقات"، ومن ثم مواجهة المخاطر. ويعتبر كلاهما ناجحا فى نظر نفسه وفى نظر إدارته العليا والمحللين الخارجيين. ولكن كلا منهما يعمل بطريقة مختلفة ويفسر بطريقة مختلفة إنتاجيته وإنتاجية علمائه الباحثين.

وتعريف الجودة فى العمل المعرفى وتحويل التعريف إلى إنتاجية العامل المعرفى أمر يختص بتعريف المهمة إلى حد كبير. فهو يحتاج إلى تعريف مختلف يثير الجدل، ويتعرض للمخاطر دائما مثل "النتائج" التى يحققها مشروع ما ويقوم بنشاط ما. وحينئذ نعرف بالفعل كيف نقوم به. ولا يزال السؤال جديدا تماما على معظم المنظمات، وكذلك على معظم العاملين فى مجال المعرفة. وللإجابة عليه يحتاج الأمر إلى جدال وخلاف.

العامل المعرفى بصفته أصلا أساسيا

ليس هناك اختلاف فى أى مجال بين إنتاجية العامل اليدوى وإنتاجية العامل المعرفى مثلما هو قائم فى مجال الاقتصاد الخاص. فالنظرية الاقتصادية ومعظم ممارسات الأعمال التجارية تنظر إلى العمال اليدويين على أنهم تكلفة. ولكى يكون العامل المعرفى منتجا يجب اعتباره أصلا أساسيا. فالتكاليف فى حاجة إلى تخفيض، بينما الأصول ينبغى أن تزداد.

تعلمنا مبكرا من إدارة العمال اليدويين أن التحول الكبير، أى فقد العمال مكلف جدا. فشركة فورد للسيارات كما هو معروف رفعت أجر العمال المهرة من ٨٠ سنتا إلى خمسة دولارات فى اليوم فى يناير ١٩١٤. فعلت ذلك لأن تحولها كان زائدا لدرجة أنه جعل تكاليف العمل مرتفعة بشكل غير مسبوق؛ واضطرت إلى استئجار ستة آلاف عامل فى السنة لتحتفظ بعشرة آلاف منهم. وحتى كل فرد بما فيهم هنرى فورد ذاته الذى كان أول من عورض بشدة على هذه الزيادة، كان مقتنعا بأن الأجور المرتفعة ستقلل كثيرا من أرباح الشركة. وبدلا من هذا، وفى أول سنة بعد ذلك تضاعفت الأرباح. فمن يحصل على أجر ٥ دولارات فى الواقع لم يغادر، وفى الحقيقة إن شركة فورد للسيارات سرعان ما احتفظت بقائمة انتظار للعمالة.

ولكن النقص فى تكاليف التحويل أو إعادة التأجير أو إعادة التدريب وغير ذلك جعل العامل اليدوى لا يزال يُنظر إليه على أنه تكلفة. وهذا الواقع كذلك حدث فى اليابان رغم التأكيد على العمالة طول العمر، وبناء "الولاء" الدائم للقوى العاملة. وأدى النقص فى تكلفة التحويل إلى إن إدارة العاملين أثناء العمل المعتمدة على أن آلاف الأعمال ما زالت جميعها تقريبا يدوية لا تزال تفترض أن كل عامل يدوى يماثل غيره من العمال اليدويين فيما عدا القليل من المدربين منهم. وهكذا من المؤكد أنه غير صحيح بالنسبة للعمل المعرفى. فالعاملون الذين يؤدون عملا يدويا لا يمتلكون وسائل الإنتاج. وفى الغالب الأعم لديهم خبرات قيمة. ولكن هذه الخبرة ذات قيمة فقط فى مكان عملهم. فهي غير قابلة للحمل.

ولكن العمال المعرفيين يمتلكون وسائل الإنتاج. فهي المعرفة الواقعة بين أذانهم أى فى عقولهم. وهى محمولة بأكملها وتعتبر أصلا أساسيا. ونظرا إلى أن العمال المعرفيين يمتلكون وسائل الإنتاج فهم خفيفو الحركة. والعمال اليدويون يحتاجون إلى الوظيفة أكثر من احتياج الوظيفة إليهم. ولا يزال ذلك غير صحيح بالنسبة لجميع العمال المعرفيين، إذ إن المنظمة تحتاج إليهم أكثر من احتياجهم إليها. ولكن بالنسبة لمعظمهم فالعلاقة بينهما علاقة تعايش تكافلى حيث يحتاج كل منهم إلى الآخر بنفس المقدار.

وواجب الإدارة حفظ أصول المؤسسة تحت رعايتها. فماذا يعنى ذلك عندما تصبح معرفة العامل المعرفى المفرد أصلا؛ فى كثير من الحالات الأصل الرئيسى فى المؤسسة؟ وماذا يعنى ذلك لسياسة الأفراد؟ وماذا نحتاج إليه لكى نجذب ونحتفظ بأكثر العاملين المعرفيين إنتاجا؟ وماذا نحتاج إليه لرفع إنتاجيتهم ولتحويل إنتاجيتهم المتزايدة إلى قدرة على الأداء فى المنظمة؟

ثالثا- خبراء التقنية

ناقشنا حتى الآن إنتاجية العمال المعرفيين وهم يؤدون عملا معرفيا. ولكن عددا كبيرا جدا من العمال المعرفيين يؤدون كلا من العمل المعرفى والعمل اليدوى، وهؤلاء أسميهم خبراء التقنية.

وتتضم هذه المجموعة قوما يطبقون المعرفة فى أسمى النظم.

فالجراحون الذين يستعدون لتصحيح تمدد الأوعية الدموية فى المخ قبل أن يحدث نزيف قاتل فى المخ يقضون ساعات فى التشخيص قبل أن يبتؤوا فى القطع، وهذا يتطلب معلومات خاصة على أعلى المستويات. وقد تحدث أثناء عملية الجراحة مضاعفات غير متوقعة ربما تتطلب معرفة نظرية وحكمة على أعلى المستويات. والعملية ذاتها عمل يدوى، يتكون من عمليات يدوية متكررة يتم فيها التأكيد على السرعة والدقة والاتساق. وهذه العمليات تمت دراستها

وتنظيمها وتعليمها وممارستها، تماما كالعمل اليدوى؛ أى بنفس الوسائل
التي أبدعها تايلور فى أول الأمر للعمل فى المصانع.

ولكنَّ مجموعة خبراء التقنية كذلك تضم أعدادا كبيرة من الناس الذين تُعتبر معرفتهم
عن العمل تابعة نسبيا، ولو أنها دائما حرجة.

فوظيفة كاتب الأضابير وخليفته عامل الحاسب الإلكترونى تحتاج إلى معرفة
الترتيب الألفبائى للحروف الأبجدية التى لا تستطيع أية خبرة تدريسها. وهذه
المعرفة هى جزء صغير من نوع آخر من المهمة اليدوية، ولكنها هى القاعدة
وهى حرجة للغاية.

وخبراء التقنية، ربما كانوا أكبر مجموعة فردية من العاملين المعرفيين. وربما كانوا
أسرعها نموا. وتنضم إليهم الغالبية العظمى من العاملين فى الرعاية الصحية مثل
الفنيين فى المختبرات والفنيين فى إعادة تأهيل المعاقين، والفنيين فى التصوير مثل
أشعة إكس والموجات فوق الصوتية والتصوير بالرنين المغنطيسى وغيرهم. وينضم
إليهم أطباء الأسنان وجميع التابعين لهم فى مجال الأسنان. وينضم إليهم عمال
إصلاح السيارات وجميع العاملين فى أنواع الإصلاح والإنشاءات المختلفة. والحقيقة
أن خبراء التقنية ربما كانوا الورثة الحقيقيين للعمال المهرة فى القرنين التاسع عشر
والعشرين.

والخبراء الفنيون هم كذلك مجموعة تستطيع الدول المتقدمة بهم أن تحقق ميزة
تنافسية حقيقية طويلة المدى.

عندما نبحث فى المعرفة الرفيعة حقا نجد أن أية دولة لا تستطيع أن تتولى
الريادة بالطريقة التى تولتها ألمانيا فى القرن التاسع عشر من خلال
جامعتها. وبين علماء الطبيعة النظرية وعلماء الرياضيات ومنظري الاقتصاد
وغيرهم لا توجد "مواطنة". وتستطيع أية دولة بقليل من التكلفة أن تدرب عددا
كبيرا من الناس ذوى المعرفة الرفيعة. فالهند مثلا رغم فقرها ظلت تدرب

أعدادا وفيرة من الأطباء من الدرجة الأولى ومبرمجى الحاسب الإلكتروني من الدرجة الأولى. وبالمثل، كما ذكرنا مسبقا فى هذا الفصل، ليست هناك "مواطنة" بالنسبة لإنتاجية العمل اليدوى، والتدريب المعتمد على الإدارة العلمية جعل كل الدول قادرة على الوصول إلى إنتاجية العامل اليدوى بين عشية وضحاها تماثل صناعة أو شركات معظم الدول المتقدمة. وبتعليم خبراء التقنية فقط استطاعت الدول المتقدمة أن تقف على حافة التنافس لفترة زمنية قادمة.

والولايات المتحدة هى الدولة التى طورت بالفعل هذه الميزة عن طريق منظومة فريدة فى جميع أنحاء الدولة للكليات التى تخدم المجتمع. وصُممت كليات خدمة المجتمع بالفعل منذ العشرينيات فى القرن العشرين لتعليم الخبراء التقنيين الذين تتوافر لديهم المعرفة النظرية المطلوبة والمهارة اليدوية. وإنى لعلى يقين من أن هذه الكليات تعتمد عليها كل الإنتاجية الضخمة للاقتصاد الأمريكى والقدرة الفريدة على إبداع صناعات جديدة ومتنوعة بين عشية وضحاها.

ولا يوجد حتى الآن فى أى مكان آخر مثل لكليات خدمة المجتمع الأمريكى. ونظام المدارس اليابانى الشهير يخرج إما خريجين مستعدين للعمل فى العمل اليدوى فقط أو خريجين مستعدين للعمل فى العمل المعرفى فقط. وفى عام ٢٠٠٣ خُصصت لأول مرة فى اليابان مؤسسة لتدريب خبراء التقنية يُفترض أنها بدأت تعمل. وأكثر من ذلك شهرة النظام الألمانى للتدريب على الحرف الذى بدأ فى الثلاثينيات من القرن التاسع عشر، فكان واحدا من العناصر الرئيسة التى جعلت المانيا رائدة التصنيع فى العالم. ولكنه لا زال يركز أولا على المهارات اليدوية ويهمل المعرفة النظرية. ولهذا فهو فى خطر الإلغاء السريع.

ولكن هذه الدول المتقدمة من المتوقع أن تلحق بقطار الولايات المتحدة السريع. أما الدول الناهضة أو دول "العالم الثالث" فيحتمل أن تكون خلف الركب بعدة عقود، نظرا

إلى إن تعليم خبراء التقنية مكلف، إلى جانب أن الناس في هذه الدول تنظر بازدراء واحتقار إلى العمل اليدوي. وما زالت دعواهم هي: "إننا نقتنى الخدم للعمل اليدوي". وفي الدول المتقدمة وخاصة في الولايات المتحدة يتحول العديد والعديد من العاملين اليدويين إلى خبراء تقنيّين. وتستحق الزيادة في إنتاجية العامل المعرفي وإنتاجية خبراء التقنية أن تحظى بأولوية رفيعة.

كان العمل يُنجز بالفعل منذ أكثر من سبعين عاما في شركة الهواتف والبرق الأمريكية AT&T بالخبراء التقنيّين الذين ينشئون ويصنّون ويعيدون تركيب الهواتف سواء بالمنزل أو بالمكاتب.

وبحلول العقد الثاني من القرن العشرين كان الخبراء التقنيون الذين يعملون خارج مكتب الهاتف وفي موقع العميل يشكلون مركز تكلفة كبير؛ وفي الوقت ذاته كان ذلك مصدرا كبيرا لغضب العملاء وسخطهم. وبمرور خمس سنوات من ١٩٢٠ حتى ١٩٢٥ تبينت شركة الهواتف AT&T التي اكتسبت التحكم تقريبا في تقديم الخدمات الهاتفية في الولايات المتحدة وأجزاء من كندا، أن مهمتها ليست تركيب وصيانة وإصلاح ونقل الهواتف وتفريعاتها؛ بل كانت مهمتها «إرضاء العميل». وأصبح من السهل تماما تنظيم الوظيفة. فكانت تعنى أولا أن يدرك الفنيون أنفسهم ماذا يفسرون "إرضاء" العميل. وتحققت النتائج بالمعايير التي نصت على أن كل طلب لتركيب هاتف جديد أو تفريعة هاتفية جديدة لابد من تلبيته خلال ٤٨ ساعة على الأكثر، وأن كل طلب للإصلاح لابد من تلبيته في اليوم ذاته إذا جاء قبل الظهر، وإذا جاء بعد الظهر لابد من تلبيته قبل ظهر اليوم التالي. وأصبح واضحا أن عمال الخدمة الفرادي - وكلهم من الرجال في ذلك الوقت - يجب أن يكونوا مشاركين نشيطين في تنفيذ قرارات تخصيص فرد واحد لتركيب ونقل الهواتف وتخصيص فرد آخر للصيانة والإصلاح؛ أو يقوم نفس الفرد بكل هذه الوظائف مجتمعة؛ وفي النهاية تبين أن الحل الأخير هو الصحيح. وكان على هؤلاء الأفراد أن يتعلموا قدرا كبيرا من المعرفة النظرية، وكان القليلون منهم في ذلك الوقت لا تزيد سنوات دراستهم في المدارس عن ست سنوات. وكان

يتحتم عليهم أن يفقهوا كيف تعمل الهواتف، وكيف تعمل لوحة التحويلات وكيف تعمل شبكة الهواتف. ولم يكونوا مهندسين مؤهلين ولا حرفيين مهرة. وكان يتعين عليهم أن يعرفوا الإلكترونيات جيدا، حتى يمكنهم تشخيص المشكلات غير المتوقعة، ويكونوا قادرين على التعامل معها. ثم تدربوا في العملية اليدوية المتكررة أو في "الطريقة الصحيحة الوحيدة"، أى خلال أساليب الإدارة العلمية. واتخذوا القرارات مثل: أين وكيف يتم توصيل الهاتف المفرد بالشبكة، وأى نوع من الهواتف والخدمات يكون الأنسب لبيت ما أو مكتب ما. وكان عليهم أن يكونوا باعة إلى جانب كونهم رجال خدمات.

وأخيرا واجهت الشركة مشكلة تعريف الجودة. فالخبير التقنى عليه أن يعمل بنفسه، فلا يوجد رقيب عليه. وبناء عليه اضطر إلى تعريف الجودة وتقديمها. واستغرق الأمر عدة سنوات أخرى قبل تحقيق ذلك. وظنت شركة الهواتف أولا أن ذلك يعنى عمل نموذج تجريبى pilot، يلجأ المشرفون إلى النظر إليه لتقليده، وربما كانت تعنى كل وظيفة أجراها فرد الخدمة عشرين أو ثلاثين مرة، ليقيس عليها طلبا للجودة. وسرعان ما تبين أن هذه الطريقة خاطئة في تنفيذ المهمة، فهي مزعجة لكل من رجال الخدمة والعملاء. ثم عرفت شركة الهواتف الجودة بأنها "لا شكاوى"؛ وسرعان ما وجدت أن العملاء سيئى الحظ جداً هم الذين يشتكون. ومن ثم أعادت تعريف الجودة بأنها: "الإشباع الإيجابى لحاجة العميل". وهذا يعنى فى النهاية أن يتحكم عامل الخدمة بنفسه فى الجودة، وذلك على سبيل المثال بأن يطلب عامل الخدمة العميل بعد أسبوع أو عشرة أيام من تنفيذ مهمته ويسأله عما إذا كان العمل يسير على ما يرام، أو عما إذا لزم إجراء شىء آخر يقوم به الفنى حتى يحصل العميل على أفضل أنواع الخدمة التى ترضيه تماما.

دخلت عن قصد فى التفاصيل لوصف هذا المثال المبكر الذى يمثل العناصر الثلاثة التى تجعل من العامل الذى يعتبر عاملا معرفيا ويدويا فى نفس الوقت ذا فاعلية:

١- هناك أولا الإجابة على السؤال: "ما هى المهمة؟" وهو السؤال الأساسى فى جعل كل عامل معرفى منتج. وليست الإجابة واضحة عن المثال الذى يعرضه نظام بيل.

وكما تعلّم العاملون فى نظام بيل، فإن العاملين الوحيديين الذين يعرفون الجواب هم خبراء التقنية أنفسهم. والحقيقة أنهم تخطبوا قبل أن يوجهوا السؤال إلى خبراء التقنية. وبمجرد طرح السؤال على خبراء التقنية أتاها الجواب واضحا على الصوت: "العميل الراضى".

٢- قام الخبراء التقنيون بالمسئولية الكاملة من أجل إرضاء العميل أى بتقديم الجودة. وحينئذ يوضح ما هى المعرفة الأساسية التى يحتاج إليها الخبير التقنى. وحينئذ فقط يمكن تخصيص الجزء اليدوى من المهمة من أجل إنتاجية العامل اليدوى.

٣- وفوق كل هذا يوضح هذا المثال أن الخبراء التقنيين ينبغى معاملتهم وكأنهم عمال معرفيون. وبغض النظر عن أهمية الجزء اليدوى من العمل الذى قد يستغرق معظم الوقت، كما حدث فى حالة عمال التركيب فى شركة الهواتف AT&T فإن التركيز يجب أن يكون على جعل الخبير التقنى حسن الاطلاع، ومسئولا ومنتجا مثل العامل المعرفى.

رابعا- العمل المعرفى بصفته منهجا

تحتاج إنتاجية العامل المعرفى دائما إلى أن يكون العمل ذاته قد أعيد بناؤه وجعله جزءا من النظام.

ومن الأمثلة الدالة على ذلك خدمة المعدات الغالية الثمن مثل معدات تجريف التربة الضخمة الغالية الثمن. إذ جرى العرف على أن هذه الخدمة متميزة ومنفصلة عن وظيفة صناعة وبيع هذه الآلات. وعندما سألت شركة كاتربيللر فى الولايات المتحدة وهى أكبر منتج فى العالم لمثل هذه المعدات: "ما هو الشيء الذى نحصل على ثمنه؟" جاء الجواب: "نحن نحصل على ثمن الآلة! إذ نحصل على ما تفعله هذه الآلة فى موقع العمل التجارى للعميل. وهذا يعنى الحفاظ على بقاء الآلة تعمل، حيث إن توقف المعدة ساعة واحدة ربما يكلف العميل أكثر من ثمن المعدة ذاتها". وبمعنى آخر فإن الإجابة عن السؤال: "ما

هو عملنا التجارى؟" هو: "الخدمة". وحينئذ أدى هذا إلى إعادة بناء العمليات برمتها على امتداد الطريق عائداً إلى المصنع، حتى نضمن للعميل استمرار العمليات والإصلاح والاستبدال الفورى. وممثل الخدمة وهو عادة الخبير الفنى قد صار "صانع القرار" الحقيقى.

ومثال آخر، مجموعة تتكون من ٢٥ جراح تقويم الأعضاء فى إحدى مدن الوسط الغربى فى الولايات المتحدة، نظموا أنفسهم على أنهم "نظام" يقدم أرقى أنواع الجودة فى الاستخدام الأمثل للموارد المحدودة الباهظة الثمن لغرف العمليات والإنعاش، وفى الاستعانة المثلى بالداعمين المعرفيين مثل أطباء التخدير أو ممرضات الجراحة، وفى بناء التعليم المستمر والتجديد الدائم فى عمل المجموعة بأسرها وبكل عضو فيها، وأخيراً فى خفض التكلفة إلى الحد الأدنى. وحافظ كل جراح على سيطرته الكاملة على ممارسته. فهو مسئول مسئولية كاملة عن الحصول على المريض المفرد ومعالجته. وجريا على التقاليد كان كل جراح يخطط لجراحاته أن تتم فى الصباح الباكر. وبناء على ذلك ظلت قاعات العمليات وغرف الإنعاش خاوية فى معظم الأوقات. والآن خططت المجموعة لاستخدام غرف العمليات وغرف الإنعاش بمعرفة المجموعة بأكملها حتى يُستخدم هذا المورد النادر والباهظ التكلفة عشر ساعات يومياً. وقررت المجموعة معايرة الأدوات والمعدات لكى تكون على أعلى مستويات الجودة وأقل التكاليف. وأخيراً قررت المجموعة مراقبة الجودة فى نظامها بأسره. وتخصص فى كل ثلاثة شهور ثلاثة جراحين متنوعين لفحص كل عملية تُجرى بمعرفة أى عضو من الأعضاء من ناحية التشخيص والجراحة والعلاج بعد العملية. وحينئذ يجلسون مع الجراحين كل على حدة ويناقشون أداءه. ويقترحون ما يرونه ضرورياً لتحسين الخدمة. وربما يوصون بمغادرة جراح معين للمجموعة نظراً إلى أن عمله ليس على الوجه الأكمل. وفى كل عام تناقش معايير الجودة التى تطبقها لجنة الإشراف هذه مع المجموعة بأكملها وترفعها بدقة فى معظم الأحيان. ونتيجة لذلك حققت هذه المجموعة الآن عملاً تضاعف أربع مرات عما سبق. وخفّضت التكاليف ٥٠٪؛ نصفها انخفض باستغلال الوقت الضائع لغرف العمليات وغرف الإنعاش، والنصف

الآخر بمعايرة الأدوات والمعدات. وتحسنت نتائجها كثيرا بعد ارتفاع معدلات النجاح فى عمليات تغيير مفاصل الركب ومفاصل الأكتاف، وفى الإنعاش بعد إصابات الملاعب الرياضية.

عرفنا تماما ماذا نعمل إزاء إنتاجية العامل المعرفى، وعلينا الآن أن نعرف كيف نفعل ذلك.

ولكن كيف نبدأ؟

لكى نجعل العامل المعرفى منتجا يلزمنا تغيير التوجه الأساسى؛ بينما نحتاج إلى إبلاغ العامل اليدوى بكيفية أداء وظيفته فقط لى يصبح أكثر إنتاجا. ولكى نجعل العامل المعرفى منتجا يلزمنا تغيير التوجه الأساسى، ليس فى جانب العامل المعرفى الفرد فحسب، بل فى جانب المنظمة بأسرها أيضا. ويلزمنا أن يكون لدينا "نموذج تجريبى"، مثله كمثلى أى تغير كبير منتظر، كما هو واضح فى الفصل الثالث. والخطوة الأولى فى المنظمة هى إيجاد مجموعة من العاملين المعرفيين فى المجال المطلوب تكون سريعة التلقى. فجراحو تقويم الأعضاء مثلا يجربون أولا أفكارهم الجديدة على أربعة أطباء، أحدهم كبير فى السن، والثلاثة الآخرون من الشباب من الذين طالبوا منذ وقت طويل بإحداث تغيرات جذرية. ثم يكونوا ذوى قدرة على العمل المستمر بصبر وجلد لمدة من الوقت غير المتقطع، فى هذا المجال مع بقية أعضاء هذه المجموعة الصغيرة. وفى المحاولات الأولى، حتى لو واجهوها بصدر رحب وعزم أكيد، سوف تواجههم بالتأكد صعوبات غير متوقعة من جميع الأنواع. وعند التأكد من زيادة إنتاجية هذه المجموعة الصغيرة من العاملين المعرفيين، تمتد الطرق الجديدة للعمل إلى مجموعات أكبر إن لم تشمل المنظمة بأسرها. وبهذا نكون كذلك عرفنا أين تكمن المشكلات العظمى، وأين توجد المقاومات المتوقعة مثلا من الإدارة الوسطى، وأية تغيرات فى المهمة أو فى المنظمة أو فى المعايير أو فى التوجهات نحتاج إلى التركيز عليها من أجل الفاعلية الكاملة. فإذا حاولنا تخطى مرحلة النموذج التجريبى بناء على ضغوط دائمة

تُبذل لتخطيها، فحينئذ فقط تشيع الأخطاء بينما يظل النجاح مختبئاً. وهذا يعنى تشويه سمعة المشروع بأكمله. أما إذا وُجد النموذج التجريبي، فيمكننا إجراء الكثير من التحسينات ورفع إنتاجية العامل المعرفى بشدة.

وإنتاجية العامل المعرفى هى أكبر تحديات الإدارة فى القرن الحادى والعشرين. وهى المطلب الأول الباقي فى الدول المتقدمة. وليست هناك وسيلة أخرى تأمل بها الدول المتقدمة الحفاظ على كيانها، فضلا عن الحفاظ على قياداتها ومستويات معيشتها.

وفى المائة عام الماضية أى فى القرن العشرين اعتمدت هذه القيادة اعتمادا كبيرا على جعل العامل اليدوى منتجا. وأية دولة وأية صناعة وأى متجر يستطيع أن يفعل ذلك اليوم باستخدام الوسائل التى حققتها الدول المتقدمة وطبقته فى ١٢٠ دولة منذ أن نظر فريدريك وينسلو تايلور إلى العامل اليدوى. ويمكن لأى شخص اليوم فى أى مكان أن يطبق هذه السياسات على التدريب، وعلى تنظيم العمل، وعلى إنتاجية العمال، حتى لو كانوا بالكاد يعرفون القراءة والكتابة إن لم يكونوا أميين وغير مهرة بالمرّة.

وفوق كل هذا كما سبق شرحه فى الفصل الثانى، فإن الإمداد بالشباب متاح للقيام بالعمل اليدوى سوف يتقلص سريعا فى الدول المتقدمة، يتقلص سريعا جدا فى دول الغرب وفى اليابان، ويتقلص ببطء تقريبا فى الولايات المتحدة، بينما لا يزال ينمو الإمداد بهؤلاء الشباب فى الدول الناهضة والدول الساعية إلى التنمية على الأقل خلال ثلاثين أو أربعين سنة قادمة. والميزة الوحيدة التى تأمل الدول المتقدمة أن تتحقق هى الإمداد بالقوى العاملة المتعلمة والمدربة والمستعدة للقيام بالعمل المعرفى. وبهذا تتوقع الدول المتقدمة أن تحقق مزايا كثيرة فى خمسين سنة أخرى فى كل من الجودة والكمية. ولكى تتحول هذه المزايا إلى تطبيق ينبغى الاعتماد على قدرة الدول المتقدمة وكل صناعة وكل شركة وكل مؤسسة فيها على رفع إنتاجية العامل المعرفى بنفس السرعة التى رفعت بها الدول المتقدمة خلال المائة عام الأخيرة إنتاجية العامل اليدوى.

والدول والصناعات التي نهضت وصارت قائدة في العالم في المائة عام الماضية هي الدول والصناعات التي تولت القيادة في رفع إنتاجية العامل اليدوى وهي الولايات المتحدة أولاً، ثم اليابان وألمانيا ثانياً، وفي الخمسين سنة القادمة إن لم يكن أسرع تنتقل القيادة في الاقتصاد العالمى إلى الدول والصناعات الأكثر منهجية والأكثر نجاحاً في رفع إنتاجية العامل المعرفى.

خامساً- إدارة الشركة

ماذا يعنى ظهور العامل المعرفى وإنتاجية العامل المعرفى فى مجال إدارة الشركة؟ وماذا يعنى ذلك بالنسبة للمستقبل والبناء للاقتصاد المنهجى؟

فى العشر سنوات أو الخمس عشرة سنة الماضية صارت صناديق المعاشات التقاعدية والمستثمرين فى المؤسسات مُلاكاً للقسم الرئيسى من رأس مال المساهمين للشركات المملوكة للجمهور فى جميع الدول المتقدمة، كما سبق شرحه مرات عديدة فى هذا الكتاب. وهذا هو الذى فجر مناقشات حادة فى الولايات المتحدة حول إدارة الشركات، وفى هذا المجال انظر الفصلين الأول والثانى؛ لأنه بظهور صناديق المعاشات التقاعدية وصناديق الاستثمار التعاونية بصفتها المالكة للشركات المملوكة للجمهور، انتقلت السلطة إلى هؤلاء الملاك.

وحدوث تحولات مماثلة فى كل من تعريف الغرض من المنظمات الاقتصادية مثل شركات الأعمال التجارية، وتعريف طريقة إدارتها أمر متوقع فى جميع الدول المتقدمة.

ولكن خلال فترة زمنية محدودة سوف تواجهنا مشكلة إدارة هذه الشركات مرة أخرى. وسوف نضطر إلى إعادة التعريف بالغرض من منظمة التشغيل والتعريف بإدارتها، نظراً لضرورة إرضاء كل من الشركاء القانونيين مثل حملة الأسهم وملاك الأسهم البشرى الذى يعطى المنظمة سلطة إنتاج الثروة أى إرضاء العمال المعرفيين؛ لأن القدرة المتزايدة فى المنظمة وفى الأعمال التجارية على البقاء تعتمد على

"الميزة التنافسية" التي تجعل العامل المعرفى منتجا. والقدرة على جذب أفضل العمال المعرفيين والاحتفاظ بهم هو الشرط الأول والأساسى.

فهل نستطيع قياس ذلك؟ أم أن ذلك شيء "غير ملموس" تماما؟ وسوف تكون هذه الميزة التنافسية من المؤكد مشكلة مركزية، تواجه الإدارة والمستثمرين والأسواق الرئيسية. وماذا تعنى "الرأسمالية" عندما تحكم المعرفة أكثر من المال؟ وماذا تعنى "الأسواق الحرة" عندما يكون العمال المعرفيون الذين لا يعرف أحد المعرفة سواهم هم الأصول الحقيقية؟ فالعمال المعرفيون لا يمكن بيعهم أو شرائهم. ولا يأتون مع الاندماج أو الانضمام. والحقيقة أنهم رغم كونهم "القيمة الكبرى"، فليست لهم "سوق للقيمة"، وهذا يعنى بطبيعة الحال أنهم ليسوا "أصولا" بالمفهوم الدارج لهذا المصطلح.

وهذه الأسئلة تذهب بعيدا عن مجال هذا الكتاب، فضلا عن أنها بعيدة كذلك عن اختصاص المؤلف. ولكن الشيء المؤكد هو أن ظهور العامل المعرفى وإنتاجية العامل المعرفى بصفتها أسئلة جوهرية، سوف تأتى خلال عقود قليلة بتحولات أساسية فى بناء وطبيعة المنهاج الاقتصادى.

الفصل السادس

الإدارة الذاتية

ما هي مصادر قوتي؟ كيف أنفذ مهمتي؟ إلى أين أنتمى؟ ما هو إسهامي؟ مسئولية العلاقات. النصف الثاني من عمرك.

مقدمة

يتزايد إقبال الناس في القوى العاملة ومعظم العاملين المعرفيين على إدارة أنفسهم. ويتعين عليهم أن يضعوا أنفسهم حيث يستطيعون تقديم الإسهام الأكبر، وعليهم أن يتعلموا كيف يطوروا أنفسهم. وعليهم أن يتعلموا كيف يظلون شباباً وذوى نشاط عقلى حيوى أثناء فترة عملهم التى تبلغ خمسين عاماً. وعليهم أن يتعلموا كيف ومتى يغيرون ما يعملون. كيف يعملون ومتى يعملون.

ومن المحتمل أن يعيش العمال المعرفيون أطول من عمر منظمة العمل. وحتى لو أجل العمال المعرفيون الدخول ضمن القوى العاملة أطول مدة ممكنة، إذا ظلوا فى الدراسة مثلاً حتى أواخر العشرين من أعمارهم بغية الحصول على درجة الدكتوراه، فمن المحتمل مع توقعات الحياة الحاضرة فى الدول المتقدمة، أن يعيشوا حتى الثمانين من العمر. ومن المحتمل أن يضطروا إلى أن يظلوا يعملون جزءاً من الوقت فقط حتى يبلغوا سن الخامسة والسبعين أو أكثر. فمتوسط العمر العامل بمعنى آخر يحتمل أن يكون خمسين سنة وخاصة للعمال المعرفيين. ولكن متوسط العمر العامل المتوقع فى الأعمال التجارية هو ثلاثون عاماً فقط، بينما فى فترة من فترات الاضطراب العظيم التى نعيشها الآن يحتمل أن تبلغ هذا الطول. وحتى المنظمات التى تعيش مدة أطول أو حتى إلى الأبد مثل المدارس والجامعات والمستشفيات والإدارات الحكومية سوف ترى تغيرات سريعة فى فترة الاضطرابات التى نعيشها اليوم. وحتى لو عاشت، رغم

أنه من المؤكد ألا يعيش عدد كبير جدا منها على الأقل فى شكلها الحالى، فسوف تغير بناءها، والعمل الذى تقوم به، والمعرفة التى تحتاج إليها، ونوع الموظفين الذين تستخدمهم. وبهذا يتزايد عمر العاملين وخاصة العاملين المعرفيين عن أى عامل آخر، ويتعين عليهم أن يكونوا مستعدين للقيام بأكثر من وظيفة أو مهمة أو مهنة.

وحتى الآن يتناول هذا الكتاب التغيرات فى البيئة: فى المجتمع والاقتصاد والسياسة والتقنية. وهذا الفصل الختامى يتناول المطالب الجديدة من الفرد.

فالعظماء الذين حققوا أمجادا مثل نابليون وليوناردو دافينشى وموتزارت كانوا دائما يديرون أنفسهم. وهذا هو الذى جعلهم عظماء بأعلى المقاييس. ولكنهم أندر الاستثناءات. وهم غير عاديين فى مواهبهم وإنجازاتهم، كما لو كانوا خارج حدود الوجود البشرى العادى. والآن حتى الناس ذوى المواهب الطبيعية المتواضعة أى متوسطى المقدرة عليهم أن يتعلموا كيف يديروا أنفسهم.

وعلى هذا يواجه العمال المعرفيون بشدة مطالب جديدة:

- ١- وعليهم أن يسألوا: مَنْ أنا؟ ما هى مصادر قوتى؟ وكيف أنفذ مهمتى؟
- ٢- وعليهم أن يسألوا: إلى أين أنتمى؟
- ٣- وعليهم أن يسألوا: ما هو إسهامى؟
- ٤- وعليهم أن يتولوا مسئولية العلاقات.
- ٥- وعليهم أن يخططوا للنصف الثانى من أعمارهم.

أولا- ما هى مصادر قوتى؟

يظن معظم الناس أنهم يعرفون ما هم متميزون فيه. وعادة يكونوا خاطئين. ويعرف الناس ما هم غير متميزين فيه فى معظم الأحيان؛ وحتى هؤلاء الناس غالبا ما

يكونوا خاطئين أكثر منهم مصيبين. ولكن يستطيع المرء أن ينجز عمله بمصادر قوته. ولا يمكن للمرء أن يبني أداءه على مواطن الضعف أو على شيء لا يستطيع أن يعمل به بالمرّة.

وبالنسبة للغالبية العظمى من الناس فإن معرفة مصادر القوة كانت غير متصلة بالموضوع منذ عدة عقود مضت. فإن المرء مولود في وظيفة وعلى خط العمل. فابن الفلاح يصير فلاحا. فإذا لم يفلح في أن يكون فلاحا فقد فشل. وابن الحرفي الماهر بالمثل مؤهل لكي يصبح حرفيا وهكذا. ولكن الناس الآن أمامهم الاختيار. ولهذا فعليهم أن يعرفوا مصادر قوتهم حتى يستطيعوا أن يعرفوا إلى أين ينتمون.

وهناك طريق واحد لاكتشاف تحليل التغذية الاسترجاعية. فحينما يتخذ المرء قرارا رئيسيا، وحينما ينجز المرء عملا حاسما، كتب ما يتوقع أن يحدث. وبعد تسعة أشهر أو اثني عشر شهرا تأتيه التغذية الاسترجاعية من النتائج، وتؤدي به إلى التوقعات. كنتُ أفعل ذلك لمدة خمسة عشر عاما أو عشرين عاما حتى الآن. وكلما فعلتُ ذلك تصيبني الدهشة. وهذا هو شأن كل من يفعل ذلك.

وليست هذه طريقة جديدة، بل ابتكرها أحد رجال الدين الألمان المجهولين تماما في القرن الرابع عشر. وبعد ١٥٠ عاما التقط الفكرة جين كالفين في جنيف (١٥٠٩-١٥٦٤) مؤسس المذهب الكالفيني البروتستانتي وإجناطيوس لويولا (١٤٩١-١٥٥٦) مؤسس المذهب اليسوعي الجيزويطي، كل منهما منفصل عن الآخر، وضمناها في أحكامه الموجهة إلى كل عضو في جماعته، أي كل راهب كالفيني وكل قس جيزويطي. وهذا يوضح لماذا صارت هاتان المؤسستان الجديدتان اللتان تأسستا في نفس العام ١٥٣٦ خلال ٣٠ عاما تسودان في أوروبا: فسادت الكالفينية في الشمال البروتستانتي والجيزويتية في الجنوب الكاثوليكي. وبحلول هذا الوقت ضمنت كل مجموعة عدة آلاف من الأعضاء الذين كان معظمهم يتعين عليهم أن يكونوا عاديين بدلا من أن يكونوا استثنائيين. وعمل الكثيرون منهم فرادى، إن لم يكونوا في عزلة تامة. وعمل الكثيرون منهم في الخفاء خشية الاضطهاد. ولكن القليلين منهم من

أخطأ. فالتغذية الاسترجاعية الروتينية من النتائج أدت بهم إلى التوقعات وأكدت لهم الالتزام؛ ومكنتهم من التركيز على الأداء والنتائج، ومعهما الإنجاز والرضا.

وفى فترة زمنية قصيرة ربما كانت سنتين أو ثلاث سنين قام هذا الإجراء البسيط بإبلاغ الناس أولاً أين توجد مصادر قوتهم، وربما كان هذا هو أهم شيء يعرف المرء بنفسه. إذ يوضح للناس ماذا فعلوا وماذا فشلوا فى فعله، فيحرمهم من النتائج الكاملة الناجمة عن قوتهم. ويريهـم أنهم غير متنافسين بالفعل، كما يريهم أين تختفى مصادر قوتهم وأين لا يستطيعون الأداء.

ويعقب تحليل التغذية الاسترجاعية عدة خلاصات فاعلة.

أول الخلاصات وأهمها: التركيز على مصادر قوتك: ضع نفسك حيث تستطيع مصادر قوتك أن تحقق الأداء والنتائج.

وثانيها، اعمل على تحسين مصادر قوتك. فتحليل التغذية الاسترجاعية سرعان ما يوضح أين يحتاج المرء إلى تحسين مهاراته أو إلى أن يضطر إلى اكتساب معرفة جديدة. وتوضح أين لم تعد المهارات والمعرفة كافية ولا بد من تحديثها، كما توضح الثغرات فى المعرفة.

ويستطيع المرء عادة أن يكتسب قدرا كافيا من المهارة أو المعرفة، وأن يكون منافسا فيها.

فعلماء الرياضيات يولدون. ولكن كل فرد غالبا ما يستطيع أن يتعلم حساب المثلثات. وبالمثل يتعلم اللغات الأجنبية أو العلوم الكبرى مثل التاريخ أو الاقتصاد أو الكيمياء.

وثالث الخلاصات هى سرعان ما يحدد تحليل التغذية الاسترجاعية أين تؤدي الغطرسة الفكرية إلى الجهل المعجز. فكثير من الناس وخاصة ذوى المعرفة الرفيعة فى مجال واحد يحتقرون المعرفة فى المجالات الأخرى أو يعتقدون أن كونهم "لامعين" بديل

عن المعرفة. وسرعان ما يدل تحليل التغذية الاسترجاعية على أن السبب الرئيسى فى الأداء السئ هو ببساطة نتيجة لعدم المعرفة الكافية، أو نتيجة ازدياد المعرفة خارج تخصص المرء.

ويميل المهندسون من ذوى الدرجة الأولى إلى أن يتولاهم الغرور، فيعزفوا عن معرفة أى شئ عن الناس، معتقدين أن الجنس البشرى يتخذ موقفا سلبيا من العقل الهندسى المتميز. والمحاسبون كذلك يميلون إلى الاعتقاد فى أن معرفة الناس أمر غير ضرورى. والعاملون فى مجال الموارد البشرية بالمقارنة كثيرا ما يفخرون بجهلهم بالمحاسبة المبدئية أو بالوسائل الحسابية بأكملها. والمديرون التنفيذيون الذى يبعثون إلى الخارج يعتقدون أن مهارتهم فى العمل التجارى تكفيهم لتنفيذ مهامهم، ويستبعدون تعلم التاريخ والفنون والآداب والثقافة والتقاليد فى البلد الذى يتوقعون العمل فيه، ليجدوا أن مهارتهم وتميزهم فى العمل التجارى ليس له نتيجة.

ومن الخلاصات العملية المهمة لتحليل التغذية الاسترجاعية، التغلب على الفطرية الذهنية، والعمل على اكتساب المهارات والمعرفة اللازمة لجعل مصادر قوة المرء منتجة للغاية.

ومن الخلاصات الفاعلة المهمة بالمثل معالجة عادات المرء القبيحة، وهى التى يفعلها المرء أو يفشل فى تجنبها وتحبط من الفاعلية والأداء. وسرعان ما تظهر فى تحليل التغذية الاسترجاعية.

وربما يُظهر التحليل على سبيل المثال أن الخطط الجميلة التى يرسمها المخطط تموت بسبب عدم متابعة الإنجاز. ويعتقد كثير من المتميزين أن الأفكار تزيل الجبال. ولكن الجرافات الآلية هى التى تزيل الجبال؛ أما الأفكار فهى التى تشير إلى أين تعمل الجرافات الآلية. وأعظم المخططين كثيرا ما يتوقفون عندما تكمل الخطّة. ولكن هذا يتم عندما يبدأ العمل. ويلزم المخطط

أن يوجد من ينفذ الخطة ويشرحها لهم ويعلمهم ويطور الخطة أو يعدّلها عندما تنتقل من مرحلة التخطيط إلى مرحلة التنفيذ؛ وأخيرا يقرر أين يتوقع دفع الخطة.

ولكن التحليل ربما يرينا أن شخصا ما فشل في تحقيق النتائج بسبب حاجته إلى السلوك الحسن. ومن النابغين وخاصة من الشباب مَنْ لا يفهم أن السلوك السوى هو "زيت التشحيم" فى المنظمة.

فمن قوانين الطبيعة أن جسمين متحركين على اتصال ببعضهما البعض يحدثان احتكاكا؛ وبالتالي فإن كل شخصين على اتصال ببعضهما البعض دائما يحدثان احتكاكا. وحينئذ يكون السلوك الحسن هو زيت التشحيم الذى يمكن الجسمين المتحركين من العمل سويا، سواء أكانا يحبان بعضهما أم لا؛ فأمور يسيرة تؤدى الغرض مثل كلمات "شكرا" أو "من فضلك" أو معرفة اسم الشخص أو تاريخ ميلاده، أو سؤال المرء عن أسرته. فإذا أوضح التحليل أن العمل المتميز فشل مرة أخرى بمجرد احتياجه إلى التعاون مع الآخرين، فربما أفصح عن نقص فى المجاملة أى السلوك الحسن.

والخلاصة العملية التالية من تحليل التغذية الاسترجاعية هى: ماذا ينبغى ألا تفعله؟

وسرعان ما تشير التغذية الاسترجاعية من تحليل النتائج إلى التوقعات: أين ينبغى على الشخص ألا يفعل شيئا على الإطلاق؟ وتوضح المجالات التى يحتاج فيها الشخص إلى الحد الأدنى المطلوب من المواهب الطبيعية، أن هناك دائما العديد من مثل هذه المجالات تواجه أى شخص. ولا يتوافر لعدد كبير من الناس حتى واحدة من المهارات أو مجالات المعرفة من الدرجة الأولى، ولكن كلاً منا لديه عدد لا حصر له من المجالات التى لا تتوافر له الموهبة أو المهارة أو الفرصة النادرة لكى يصبح حتى متواضعا فيها. والمرء فى هذه المجالات وخاصة مجال العامل المعرفى ينبغى ألا يتخذ فيها عملا أو وظيفة أو مهمة.

والخلاصة العملية النهائية هي بذل أقل جهد قدر المستطاع لتحسين المجالات ذات الكفاية القليلة. فالتركيز يجب أن يتم على المجالات ذات الكفاية والمهارة العالية. وتحسين العمل القليل الكفاية للوصول به إلى مستوى متواضع يحتاج إلى جهد جهيد وعمل شاق أكثر من الجهد والعمل المبذول لتحسين أداء من الدرجة الأولى للوصول به إلى درجة الامتياز. ولكن أكثر الناس ومنهم معظم المدرسين ومعظم المنظمات يحاولون التركيز على تأهيل شخص عديم الكفاءة ليكون متواضع الكفاءة. فالجهد والموارد والوقت ينبغي بدلا من هذا أن تُبذل لرفع مستوى شخص كفء إلى نجم فى الأداء.

كيف أنفذ مهمتى؟

كيف أنفذ مهمتى؟ سؤال مهم وخاصة بالنسبة للعمال المعرفيين تماما مثل: ما هي مصادر قوتى؟

وربما كان هذا السؤال أهم من سابقه. ومن المدهش حقا أن قليلا من الناس مَنْ يعرف كيف يعمل. وبالعكس، فإن معظمنا لا يعرف أن مختلف الناس يعملون بطرق مختلفة. ولهذا فهم يعملون بطرق غير طرقهم المفروضة، الأمر الذى يضمن عدم الأداء السليم فى معظم الأحيان.

والسبب الرئيسى الذى أدى بكثير من الناس إلى أن يجهلوا كيف يؤدون واجباتهم، ربما كان إصرار المدارس عبْر التاريخ على إلزام التلاميذ بطريقة واحدة لأداء الواجب المدرسى. فالمدرس الذى يدرّس لفصل يتكون من أربعين طفلا لا يتيسر لديه الوقت للتعرف على أداء كل تلميذ منهم. بل على العكس، يصر على ضرورة التزام الجميع بأداء نفس العمل بنفس الطريقة وفى نفس الوقت. وهكذا تعلمنا التاريخ أن كل فرد نشأ على تنفيذ طريقة واحدة لأداء العمل. وربما كان هنا أعظم الأثر وأكثره فائدة عند تطبيق التقنية الحديثة. فقد مكنت حتى المدرس المحدود الكفاءة من معرفة: كيف يتعلم الطالب ويشجعه على أداء واجبه بالطريقة التى تناسب الطالب.

وكيف ينفذ المرء مهمته عمل فردي مثل البحث عن مصادر قوته؛ فهو عمل شخصي، وسواء أكان "طبعاً" أو "تطبعاً" مكتسباً، فمن المؤكد أنه تشكّل في المرء من قبل أن يتوجه إلى العمل. وكيف يؤدي المرء واجبه "افتراض" تماماً مثل أوجه الإلتقان أو الإخفاق التي تتوافر في الفرد بصفتها افتراضاً هي الأخرى. فيمكن تطويرها ولكن لا يحتمل تغييرها. ومثلما يحصل الناس على نتائج لما يتقنون من أعمال، فهم يحصلون على نتائج تناسب كيفية الأداء.

وربما يوضح تحليل التغذية الاسترجاعية أن هناك شيئاً ناقصاً في كيفية أداء الفرد. ولكن نادراً ما يحدد السبب. وهو أمر على أية حال غير عسير الاكتشاف؛ يستغرق عدة سنوات من الخبرة في العمل. وحينئذ رُبَّ سائل عن: كيف يؤدي المرء مهمته، ومن ثم تأتيه الإجابة سريعاً؛ لأن القليل من السمات الشخصية عادة هي التي تقرر كيف يحقق المرء النتائج.

هل أنا قارئ أم مستمع؟

وأول ما نعرف عن كيفية أداء المرء لمهامه هو أن نعرف ما إذا كان المرء قارئاً أو مستمعاً. ولكن قليلاً من الناس من يعرف أن هناك قراءً وهناك مستمعين. وأن هناك أقلية قليلة تجمع الخصلتين. وحتى هناك القليلون ممن يعرفون إلى أي الفريقين ينتمي. وتدلنا الأمثلة القليلة القادمة على مدى الخسائر التي لحقت بمن لا يعرف ذاته.

عندما كان الجنرال دوايت أيزنهاور (آيك) [١٨٩٠-١٩٦٩] قائداً عاماً للقوات المتحالفة في أوروبا، كان حبيباً للصحافة؛ وكان حضور أحد مؤتمراته الصحافية يعتبر متعة نادرة. وكانت هذه المؤتمرات مشهورة بأسلوبها، نظراً لتمكنه الكامل من الأسئلة التي توجه إليه، وقدرته الفائقة على وصف موقف أو شرح سياسة في جملتين أو ثلاث تزدهى بالأناقة والرشاقة والجمال. وبعد عشر سنوات وقع في نقاش جارح مفتوح مع المعجبين به من قبل، واعتبروه مهرجاً هزلياً. فقد شكوا من أنه لا يلزم نفسه بالسؤال المطروح، بل يتجول

فى موضوعات أخرى لا نهاية لها. وكان يوجهُ إليه النقد دائما لذبحه لغة الملك الإنجليزية فى إجاباته غير النحوية وغير المترابطة. ولكن أيزنهاور مدين إلى حد كبير فى حياته الذكية السابقة لأدائه الفنى بصفتة الباحث الكاتب لأحاديث الجنرال مكارثر [١٨٨٠-١٩٦٤] أحد المبدعين المتميزين ببراءة الأسلوب فى الحياة العامة فى أمريكا.

وإليك الشرح: لم يعرف أيزنهاور ظاهريا أنه كان قارئاً وليس مستمعا. فعندما كان قائدا عاما للقوات فى أوروبا، أكد مساعده أن أى سؤال من الصحافة يجب أن يقدم كتابة قبل نصف ساعة على الأقل من انعقاد المؤتمر. وحينئذ كان أيزنهاور مسيطرا سيطرة تامة. وعندما تولى رئاسة الجمهورية أتى بعد رئيسين من المستمعين وهما: فرانكلين د. روزفلت وهارى ترومان [١٨٨٤-١٩٧٢]. وكلاهما كان يعرف ذلك ويستمتع بالمناقشة العامة المفتوحة فى المؤتمرات الصحافية. وعرف روزفلت أنه مستمع حتى أصر على ضرورة قراءة السؤال أولا بصوت مرتفع؛ وحينئذ فقط ينظر إلى السؤال المكتوب. وتبين ترومان بعد أن صار رئيسا للجمهورية أنه فى حاجة إلى أن يتعلم شيئا عن الشؤون الخارجية والشؤون العسكرية، وهما المجالان اللذان لم يكن له بهما أى اهتمام مسبق. فعهد إلى أقدر وزيرين فى وزارته: الجنرال مارشال [١٨٨٠-١٩٥٩] ودين أتشيسون لتلقيه دروسا خصوصية يومية، يقدم فيها كل منهما عرضا لمدة أربعين دقيقة، يطرح بعدها الرئيس أسئلة استيضاحية. وشعر أيزنهاور ظاهريا بأن عليه أن يحذو حذو سابقيه الناجحين. ونتيجة لذلك لم يسمع قط السؤال الذى يطرحه الصحافى. ولم يكن حتى فى حالة شاذة عن غير المستمعين.

وبعد عدة سنوات دمر ليندون جونسون [١٩٠٨-١٩٧٣] رئاسته للجمهورية على نطاق واسع بجهله بأنه كان مستمعا على العكس من أيزنهاور. فسأله جون كينيدي [١٩١٧-١٩٦٣] الذى يعلم أنه قارئ جمع مع هيئة مساعدة مجموعة متميزة من الكُتَّاب البارزين مثل آرثر شليزinger الأصغر [١٩١٧-٩] وهو مؤرخ، وبيل مويارز الصحافى من الطراز الأول. وفرض عليهما كينيدي

أن يكتبوا إليه أولاً قبل مناقشة مذكراتهما شخصياً. وأبقى جونسون عليهما في هيئة مساعديه وظلاً يمارسان الكتابة. ولم يحدث قط أن قرأ ظاهرياً كلمة مما كتبوا. ولكن جونسون السيناتور السابق منذ أربع سنوات كان مستمعا متميزا، حيث كان أعضاء المجالس التشريعية يتعين عليهم أن يكونوا مستمعين.

ومنذ قرن من الزمان كان القليل من الناس حتى في الدول الفائقة التقدم عرفوا ما إذا كانوا يمينيين أم يساريين. فاليساريون مكبوتون. وقليل بالفعل من كان من اليمين المقتدر. وانتهى معظمهم إلى أنه لا إلى اليمين ينتمي ولا إلى اليسار، وهم يعانون من عوائق عاطفية جسيمة مثل التمتمة.

ولكن واحدا فقط من بين ألف إنسان يعتبر أعسرا. والنسبة بين المستمعين والقارئ تبدو تقريبا خمسين إلى خمسين في المائة. ولكن بما إن القليلين من مستخدمي اليد اليسرى صاروا مستخدمين متميزين لليد اليمنى، فإن القليلين من المستمعين يستطيعون أن يضموا أنفسهم إلى القارئ المتميزين، والعكس صحيح.

فالمستمع الذي يحاول أن يكون قارئاً سوف يعاني مصيرا مثل مصير ليندون جونسون؛ بينما القارئ الذي يحاول أن يكون مستمعا سوف يعاني مصيرا مثل مصير دوايت أيزنهاور. ولن يستطيعوا الأداء أو التنفيذ.

كيف أتعلم؟

والشيء الثاني الذي ينبغي أن تعرفه حول كيفية الأداء، هو أن تعرف كيف تتعلم. وهذه الأمور ربما كانت حتى أسوأ مما تكون في مجال القراءة والمستمعين. فالمدارس في كل مكان منظمة على أساس أن هناك طريقة صحيحة واحدة للتعلم، وهذه هي ذات الطريقة بالنسبة إلى كل الناس.

وكثير من الكُتّاب من الدرجة الأولى ومنهم وينستون تشرشل كانوا متبلدين في المدرسة ويميلون إلى تذكر مدارسهم على أنها عذاب أليم. ولكن القليلين

من زملاء الدراسة مَنْ كانت لديهم الذكرى ذاتها فى المدرسة ذاتها والمدرسين أنفسهم، ولم يستمتعوا بالدراسة كثيرا، ولكن أسوأ ما كانوا يعانون هو الضجر. ونشرح ذلك بأن الكتاب من الدرجة الأولى نتيجة لذلك لم يتعلموا بالاستماع والقراءة، بل تعلموا بالكتابة. وحيث إن هذه الطريقة لم تسمح المدرسة لهم بالتعلم بها، فقد حصلوا على درجات متدنية. أما أن تضطر إلى التعلم بالطريقة التى يلتزم بها مدرسو المدرسة فهذا يعتبر بالنسبة إليهم جحيم وعذاب أليم.

وهاك قليل من الأمثلة عن الطرق المختلفة التى يتعلم بها الناس.

خَلَّف بيتهوفن وراءه عددا هائلا من كراسات الرسم. ولكنه قال بنفسه إنه لم يشاهد أية كراسة رسم، بينما كان يكتب مؤلفاته الموسيقية. وعندما سئل: "لماذا تحتفظ بكراسة الرسم؟ قيل إنه أجاب: "إذا لم أدونها على الفور فسوف أنساها. وإذا دونتها فى كراسة الرسم فلن أنساها، ولن أنظر إليها مرة أخرى".

وآلفريد سلوان الرجل الذى أسس شركة جنرال موتورز للسيارات حتى صارت أكبر شركة فى العالم، وبعد ستين عاما صارت أكبر شركة صناعية ناجحة فى العالم، أدار معظم أعماله التجارية الإدارية فى اجتماعات حيوية صغيرة. وبمجرد أن ينتهى الاجتماع يتوجه سلوان إلى مكتبه، حيث يمضى عدة ساعات يحرر خطابا إلى أحد المشاركين فى الاجتماع، يذكر فيه المسائل الأساسية التى تم بحثها فى المؤتمر، والقضايا التى طُرحت فيه، والقرارات التى اتخذت، والمشكلات التى اكتشفت ولم يتم حلها. وعندما أثنى عليه الناس لجودة هذه الخطابات، قيل إنه قال: "إذا لم أجلس مباشرة بعد الاجتماع وأفكر فيما دار فيه بالفعل وأسجله كتابة، فسوف أنساه فى ظرف أربع وعشرين ساعة. ولهذا أكتب هذه الرسائل".

وفى الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين حول أحد المديرين التنفيذيين شركة عائلية صغيرة متواضعة إلى شركة قائدة عالمية فى الصناعة؛ إذ اعتاد أن يجمع فى مكتبه هيئة الإدارة العليا مرة فى الأسبوع، ليجلسوا حول مكتبه فى نصف دائرة، يتحدث معهم لمدة ساعتين أو ثلاث ساعات. ونادرا ما كان يسألهم عن آرائهم أو يجيب عن أسئلتهم، بل كان يناقش نفسه. وطرح إمكانية تحرك السياسة لضم شركة صغيرة فاشلة فى الصناعة كانت لها بعض التقنيات. وكان دائما يتخذ ثلاثة أوضاع لكل سؤال من هذه الأسئلة: **أحدها** لصالح الحركة، **والثانى** ضد الحركة، **والثالث** حول الشروط الواجب توافرها كى تأخذ الحركة مجراها. وهو فى حاجة إلى مستمعين يسمعون ما تحدثه به نفسه. وتلك هى الطريقة التى تعلّمها. ومرة ثانية، فى الحالات العصبية لم يكن شخصا غير عادى. وقد تعلّم المحامون الناجحون وكثير من خبراء تشخيص الأمراض هذه الطريقة.

وربما كانت هناك خمس طرق مختلفة تقريبا للتعلم. فهناك أناس يتعلمون بتحرير مذكرات مثل بيتهوفين. ولكن ألفريد سلوان لم يدوّن ملاحظاته فى أى اجتماع، ولم يفعل ذلك أيضا المدير التنفيذى المركزى السالف ذكره. وهناك أناس يتعلمون بأن يستمعوا إلى أنفسهم وهم يتكلمون، وآخرون يتعلمون بالكتابة وغيرهم يتعلمون بالعمل. وفى إحدى الدراسات غير الرسمية نُقلت عن أساتذة فى الجامعات الأمريكية الذين نجحوا فى نشر كتبهم المدرسية ذات الجاذبية، المقولة المتكررة: "السبب الذى يجعلنى أدرّس، هو أننى أسمع نفسى أتحدث؛ ولهذا يمكننى أن أكتب".

وهذه فى الواقع إحدى الطرق الأسهل بين جميع الطرق لمعرفة الذات. وعندما أسأل أناسا: "كيف تتعلمون؟" يجيب معظمهم بالصواب. ولكن عندما أسألهم: "هل تفعلون هذه المعرفة؟" يجيب القليلون بالإيجاب. فتفعيل هذه المعرفة هو مفتاح الأداء، وإذا لم نُفعل هذه المعرفة نحكم على أنفسنا بالعجز.

وأول الأسئلة الجوهرية التى نطرحها هو: "كيف أنجز عملى؟" "وكيف أتعلم؟" ولكنها ليست الأسئلة الوحيدة. وكى يدير الإنسان نفسه يجب عليه أن يسأل: "هل

أعامل الناس بالحسنى، أم أنا فى عزلة؟" فإذا كان الإنسان يعامل الناس بالحسنى فعليه أن يسأل: "ما هى العلاقات العامة التى أحسن بها العمل مع الناس؟" وبعض الناس يمتازون بالعمل كمروسين.

وأول الأمثلة هو البطل الأمريكى العسكرى الكبير فى الحرب العالمية الثانية الجنرال جورج باتون. كان على قمة قادة الفصائل. ولكن عندما عُرض على الجنرال جورج مارشال رئيس الأركان الأمريكى، وربما كان الأكثر نجاحا فى اختيار الرجل المناسب فى المكان المناسب فى تاريخ الولايات المتحدة، اختيار قائد مستقل، قال: باتون أفضل مرؤوس عرفه الجيش الأمريكى، ولكنه أسوأ قائد".

وبعض الناس يعملون أفضل فى فريق العمل. وبعض الناس يجيدون بصفة استثنائية العمل كمدرسين ومدرسين خصوصيين، وبعضهم غير مؤهل ليكونوا مدرسين خصوصيين.

وهناك شىء آخر ذو أهمية وهو معرفة ظروف الأداء؛ فهل يعمل المرء جيدا تحت ضغط أم يحتاج إلى ظروف بيئية عالية المستوى. وهذه خصلة أخرى: هل يعمل الفرد عملا أفضل كموظف صغير فى منظمة كبيرة أم يعمل عملا أفضل بصفته موظفا كبيرا فى منظمة صغيرة؟ وقليل من الناس مَنْ يعمل جيدا فى كلا الحالتين. وحدث مرارا أن أناسا كانوا يعملون بنجاح تام فى منظمة كبيرة مثل شركة جنرال إلكتريك وسيتى بنك، ولكنهم ترنحوا بشقاء عندما انتقلوا إلى منظمة صغيرة. كما حدث مرارا أن أناسا كانوا يعملون بامتياز فى منظمة صغيرة، ولكنهم ترنحوا بشقاء عندما تولوا مناصب فى منظمة كبيرة.

وهذا سؤال حيوى آخر: "هل أحقق نتائج عندما أكون صانعا للقرار أم عندما أكون مستشاراً؟ وكثير جدا من الناس ينجحون فى أداء عملهم كمستشارين، ولكنهم لا يستطيعون تحمل المسؤولية والضغط عند اتخاذ القرار. وفى المقابل، يحتاج كثير

من الناس إلى مستشار يدفعهم إلى التفكير، ولكنهم حينئذ يستطيعون اتخاذ القرار وتنفيذه بسرعة وثقة بالنفس وشجاعة.

وهذا هو السبب في أن الشخص الثاني في إدارة المنظمة غالباً ما يفشل حين يرتقى إلى الذروة. فالذروة تحتاج إلى صانع القرار. وصانعو القرار الأقوياء غالباً ما يعينون شخصاً موثقاً به في منصب الرجل الثاني للعمل كمستشار، وفي هذا المنصب يكون هذا الشخص متميزاً. ولكن عندما يترقى هذا الشخص إلى الذروة يفشل. فهو يعلم ماذا ينبغي أن يكون عليه القرار ولكنه لا يستطيع تحمل مسؤولية اتخاذ القرار.

وخلاصة القول: مرة ثانية لا تحاول أن تغير ذاتك، فلا يحتمل أن تكون ناجحاً. ولكن اعمل بجدية كي تحسن من مستوى أدائك. وحاول ألا تعمل عملاً من أي نوع بطريقة تخالف طريقتك أو تنفذه تنفيذاً رديئاً.

ما هي القيم التي تتوافر في؟

كي تستطيع أن تدير نفسك، عليك في النهاية أن تعرف: "ما هي القيم التي تتوافر فيك؟"

بالنسبة لقواعد الأخلاق، فالقواعد واحدة عند كل الناس، والاختبار بسيط، أسميه "اختبار المرأة".

على مدار القصة، نعلم أن أكثر الدبلوماسيين احتراماً في جميع القوى العظمى في السنوات المبكرة من القرن العشرين كان سفير ألمانيا في لندن، الذي كان مرشحاً بوضوح لمنصب أعلى، مثل وزير الخارجية لدولته على الأقل إن لم يكن مستشاراً لألمانيا الاتحادية. ولكنه في عام ١٩٠٦ استقال. فالملك إدوارد السابع كان جالساً على العرش البريطاني لمدة خمس سنوات، وقرر السلك الدبلوماسي أن يقيم على شرفه حفل عشاء كبير، وكان سفير

ألمانيا عميداً للسلك الدبلوماسي؛ إذ إنه مكث في لندن قرابة خمسة عشر عاماً، ويتعين عليه أن يكون رئيساً لهذا العشاء، وكان الملك إدوارد السابع زير نساء مشهود له بسوء السمعة، أفصح بوضوح عن نوع العشاء الذي يريد. وفي النهاية، وبعد أن قدمت الحلويات بعد العشاء، ظهرت كعكة ضخمة وقفزت منها أكثر من عشر غانيات عاريات بعد أن خفتت الأضواء، واستقال السفير الألماني بدلاً من أن يرأس حفل العشاء، وقال: "أرفض أن أرى قواداً في المرأة في الصباح عندما أحلق ذقني".

وذلك هو اختبار المرأة. وتلك الأخلاقيات تتطلب أن يسأل المرء نفسه: "ما نوع الشخص الذي أريد أن أراه عندما أحلق ذقني في الصباح، أو أضع أحمر الشفاه في الصباح؟" فالأخلاق بمعنى آخر منهج واضح للقيم. ولا تختلف كثيراً؛ فالسلوك الأخلاقي في أي نوع من المنظمات أو المواقف هو ذاته في نوع آخر من المنظمات أو المواقف.

ولكن الأخلاق جزء من نظام القيم وخاصة هي جزء من منهج القيم في المنظمة. والعمل في إحدى المنظمات ذات منهج القيم الذي لا يقبله شخص أو لا يتوافق مع قيمه، يعيب الشخص ويؤدي به إلى الإحباط أو العجز عن الأداء.

وهذه هي بعض الأمثلة عن القيم التي يجب أن يتعلمها الناس عن أنفسهم.

وجدت المديرية التنفيذية الناجحة البارزة نفسها محبطة تماماً بعد أن انضمت شركتها القديمة إلى شركة أكبر منها. وحصلت بالفعل على ترقية، للقيام بعمل تجيده بصورة أفضل. وكان من واجبها اختيار الناس لشغل مناصب مهمة. وفكرت بعمق في أن فرداً واحداً يُستأجر من خارج المنظمة لشغل المناصب المهمة يجب أن يتم اختياره بعد استنفاد المحاولات الداخلية بأكملها. وتعتقد الشركة التي وجدت نفسها تعمل فيها مديرة تنفيذية للموارد البشرية أنه عند شغل الوظائف المهمة الخالية بالعاملين يجب أولاً النظر إلى الخارج "لإدخال دم جديد". وهناك شيء يقال عن كلتا الطريقتين، ولو أن

خبرنى تقول إن الطريقة المثلى هى المزج بين الطريقتين. ولكنهما أساسا متناقضتين لا كسياسات، ولكن كقيم. فهما تتطلبان وجهة نظر مختلفة فى العلاقات بين المنظمة والناس؛ ووجهة نظر مختلفة فى مسئولية المنظمة تجاه العاملين بها بالنسبة إلى تطويرهم؛ ووجهة نظر فيما يتعلق بأهم إسهام قدمه الشخص للمشروع وغير ذلك. وبعد عدة سنوات من الإحباط غادرت المديرية التنفيذية للموارد البشرية نظرا للخسارة المالية الكبيرة التى تحملتها. فالقيم التى تحيا بها لا تتماشى مع القيم السارية فى المنظمة.

وبالمثل، فمحاولة تحقيق نتائج فى شركة أدوية بإجراء تحسينات بسيطة دائمة، أو بتحقيق اختراقات باهظة الثمن وخطيرة فى المناسبات ليست مبدئيا مسألة اقتصادية. فنتائج كلتا الخطتين الاستراتيجيتين ربما كانت متماثلة. فهى فى الأصل صراع فى القيم بين نظام القيم الذى يرى الإسهام الذى تقدمه شركة الأدوية لمساعدة الأطباء الناجحين فى تحسين خدمتهم التى يؤدونها على الوجه الأكمل، ونظام القيم الموجه "علميا".

وهى بالمثل مسألة سؤال عن القيم: يسأل عما إذا كان العمل التجارى يجب أن يدار لتحقيق نتائج سريعة أو لتحقيق نتائج "على المدى البعيد". ويعتقد محللو الشؤون المالية أن العمل التجارى يمكن أن يدار لتحقيق كلتا النتيجتين فى وقت واحد. ورجال الأعمال الناجحون يعرفون أكثر. ومن المؤكد أن كل فرد عليه أن يحقق نتائج قصيرة الأجل. ولكن فى أى صراع بين النتائج القصيرة الأجل والنمو الطويل الأجل، تقرر إحدى الشركات العمل لصالح النمو الطويل الأجل، بينما تقرر الأخرى العمل فى هذا الصراع لصالح النتائج القصيرة الأجل. ومرة ثانية ليس هذا مبدئيا تناقضا فى المبادئ الاقتصادية؛ بل هو أصلا صراع على القيم فيما يتعلق بوظيفة العمل التجارى ومسئولية الإدارة.

ففى إحدى الكنائس السريعة النمو فى الولايات المتحدة يُقاس النجاح بعدد المترددين على الأبرشية. ويعتقد البعض أن ما يهم هو عدد المترددين الذين أصبحوا منتظمين فى الذهاب إلى الكنيسة ممن لم يترددوا عليها من قبل.

وتؤمن الكنيسة بأن الإله الأعظم سوف يرفع الاحتياجات الروحية لعدد كاف من المترددين عليها؛ وتؤمن كنيسة إنجيلية بروتستانتية أخرى بأن المهم هي الخبرة الروحية للناس، فهي تُطمئن الملتحقين بالكنيسة، ولكنهم لم يدخلوا في الحياة الروحية للكنيسة.

ومرة ثانية ليس ذلك أمر الأعداد. فاللمحة الأولى تبين أن الكنيسة الثانية تنمو أبطأ من الأولى، ولكنها تستبقى جزءاً أكبر بكثير من المترددين الجدد عما تستبقى الكنيسة الأولى. وبمعنى آخر فإن نموها أكثر ثباتاً. وليست هذه مشكلة دينية أو ثانوية، بل هي مشكلة القيم. قال أحد الرهبان في مناقشة عامة: "إن لم تأت أولاً إلى الكنيسة، فلن تجد البوابة المؤدية إلى مملكة السماء". وأجاب الآخر: "كلا، إذا لم تبحث أولاً عن البوابة إلى مملكة السماء فلن تنتم إلى الكنيسة".

وينبغي أن تكون للمنظمات قيم؛ وهكذا يفعل الناس. وكى تكون فاعلاً في المنظمة يجب أن تتناسق قيمك مع قيم المنظمة. ولا يحتاج الأمر إلى أن تكون قيمك مطابقة لقيم المنظمة، بل تكون قريبة منها بالقدر الذى يجعلها تتعايش معها؛ وإلا أصاب الإحباط الفرد، حتى لا يستطيع أن يحقق النتائج.

ماذا أفعل فى صراع القيم؟

يندر أن يحدث صراع بين مصادر قوة الفرد وطريقة أدائه، فكل منها يكمل الآخر. ولكن يحدث أحياناً صراع بين قيم الفرد ومصادر قوة الفرد ذاته. فما يؤدى الفرد جيداً أو جيداً جداً وبنجاح ربما لا يناسب منهج القيم للفرد ذاته. وربما لا يبدو لهذا الفرد على أنه إسهام وشيء يكرس له حياته (أو حتى جزءاً كبيراً منها).

كنت أدرس ملاحظة شخصية: فأنا أيضاً منذ عدة سنوات كان على أن أُميّز بين أمرين: ما كنت أجيد عمله بنجاح وبين قيمى. فكنت أتميز بالأداء الحسن لواجبى كمستثمر شاب فى بنك لندن فى أواسط الثلاثينيات من القرن العشرين؛ وكان ذلك يناسب مصادر قوتى بوضوح. ولكننى لم أر نفسى

أضيف إسهاما بصفتي مديرا للأصول لأى نوع. وتبينتُ أن الناس هم قيمي.
ولم أر أية نقطة لأكون أغنى رجل فى المقبرة. ولم يكن معى مال ولا وظيفة فى
فترة الكساد العميق وليست لدى طموحات. ولكننى غادرت؛ فكان هذا هو
العمل الصحيح.

وبمعنى آخر، القيم يجب أن تكون هى الاختبار النهائى.

ثانيا- إلى أين أنتمى؟

الإجابة عن الأسئلة الثلاثة: "ما هى مصادر قوتى؟ وكيف أؤدى مهمتى؟ وما
هى قيمي؟" يجب أن تمكن الفرد وخاصة العامل المعرفى من أن يقرر إلى أين ينتمى.

من المؤكد أن الأقلية الصغرى تعرف مبكرا أين ينتمون. فعلماء الرياضيات
وعازفو الموسيقى والطباخون مثلا كانوا عادة علماء للرياضيات وعازفى
موسيقى وطباخين منذ أن كانت أعمارهم أربعة أو خمسة أعوام. والأطباء
يقررون عادة مهنتهم فى سن المراهقة أو قبله. ولكن معظم الناس وخاصة
الموهوبين الأفذاذ لا يعرفون حقا إلى أين ينتمون حتى يتجاوزوا منتصف
العشرين من أعمارهم. وبحلول هذا الوقت يجب أن يكونوا عالمين بمصادر
قوتهم. ويجب أن يعرفوا أسلوب أدائهم؛ وأن يعرفوا قيمهم.

وحيثُ يستطيعون، ويجب عليهم أن يقرروا إلى أين ينتمون، وإلا تحتم عليهم أن
يقرروا إلى أين لا ينتمون. فالشخص الذى تعلّم أنه لا يؤدى عمله حقا فى منظمة
كبيرة يجب أن يتعلم أن يقول "لا" عندما تعرض عليه وظيفة فى منظمة كبيرة.
والشخص الذى تعلم ألا يكون صانع قرار ينبغى عليه أن يتعلم أن يقول "لا" عندما
تعرض عليه وظيفة صانع القرار. فالجنرال باتون الذى ربما لم يعرف ذلك عن نفسه
يجب أن يعرف أن يقول "لا" عندما تعرض عليه قيادة مستقلة، بدلا من منصب مرؤوس
رفيع المستوى.

ولكن معرفة الإجابة عن الأسئلة الثلاثة تمكن الناس الذين تتوافر لهم الفرص أو يُعرض عليهم منصب من أن يقولوا: "نعم، أستطيع أن أفعل هذا. ولكن هذه هي الطريقة التي يجب أن أنفذ بها. هذه هي الطريقة التي تضمن البناء. هذه هي الطريقة التي أنظم بها العلاقات. وتلك هي النتائج التي تتوقعونها مني، في هذا الإطار الزمني، لأن هذا هو شأني".

ومستقبل المهنة الناجح لا "يخطط". فذلك هو مستقبل المهنة للناس الجاهزين لاقتناص الفرص، لأنهم يعرفون مصادر قوتهم، وطريقة أداء مهامهم وقيمهم. لأن معرفة أين ينتمي هؤلاء الناس العاديون الأكفاء المجتهدون المتواضعون يجعل منهم عاملين بارزين.

ثالثاً- ما هو إسهامي؟

إذا سألت: "ما هو إسهامي؟" فهذا يعنى التحرك من المعرفة إلى العمل. وليس السؤال: "ماذا أريد أن أسهم؟" وليس: "ماذا أُمّرت أن أسهم؟" بل هو: "ماذا ينبغي على أن أسهم؟".

وهو سؤال جديد في التاريخ البشري؛ والواجب وفقاً للتقاليد مفروض. وهو مفروض إما من العمل ذاته، كما كان واجب الفلاح أو الحرفي الماهر. أو كان مفروضاً من الرئيس أو الرئيسة، كما كان واجب الخادم بالمنزل. وحتى عهد قريب كان من القضايا المسلّم بها أن معظم الناس كانوا مرعوسين يفعلون ما يؤمرون.

وبدخول العامل المعرفي تغيّر هذا سريعاً. فأول رد فعل لهذا التغيير كان النظر إلى المنظمة التي توظف العاملين لتعطيك الجواب.

والتخطيط المهني هو ما يُفترض أن تقوم به إدارة الأفراد، وخاصة في المنظمة الكبيرة في الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، "لرجل المنظمة" أي الموظف

العامل المعرفى. ولا تزال اليابان تدير العمال المعرفيين بنفس الطريقة. ولكن حتي في اليابان يستطيع العامل المعرفى أن يتوقع أن يعمر أطول من المنظمة التي يعمل بها.

وفيما عدا اليابان، صارت مهمة "رجل المنظمة" وقسم إدارة تخطيط، توظيف الأفراد في ذمة التاريخ منذ زمن. واختفت معهم فكرة مفادها أن أى فرد، عدا الفرد ذاته، يستطيع أو ينبغى أن يكون "المخطط لمستقبله". وكان رد الفعل فى الستينيات للعاملين المعرفيين أن يسألوا: "ماذا أريد أن أفعل؟" وأبلغ الناس بأن: "فعل واجبك" هو الطريق إلى الإسهام. وهذا ما آمن به الطلاب فى إضرابهم على سبيل المثال فى عام ١٩٦٨.

وسرعان ما تبين أن الجواب كان خاطئاً مثل رجل المنظمة. وأمنت فئة قليلة بأن "تنفيذ واجبك" يؤدى إلى الإسهام، أو إلى تحقيق الرضا الذاتى أو إلى النجاح ويحقق واحدة من الثلاث.

ولا يزال الأمر كما كان عليه، فلا عودة إلى الجواب القديم، بمعنى أنك تعمل ما تؤمر به أو ما تكلف به. وسيضطر العمال المعرفيون بالذات إلى أن يتعلموا السؤال: "ماذا يجب أن يكون إسهامى؟" وحينئذ فقط يجب أن يسألوا: "هل هذا يناسب مصادر قوتى؟ وهل هذا هو ما أريد أن أفعل؟" وهل أجد الجزاء والحافز؟

وأفضل مثال أعرفه هو الطريقة التي أعاد بها هارى ترومان تأهيل نفسه عندما صار رئيساً للولايات المتحدة بعد الموت المفاجئ لفرانكلين د. روزفيلت فى نهاية الحرب العالمية الثانية. عُيّن ترومان نائباً لرئيس الجمهورية نظراً لاهتمامه البالغ بالقضايا الداخلية. ذلك لأن الاعتقاد السائد أنه بعد الحرب التي أوشكت على الانتهاء سوف تعود الولايات المتحدة إلى الاهتمام الزائد بشئونها الداخلية. ولم يكن ترومان يبدى أدنى اهتمام بالشئون الخارجية، فلا يعرف عنها شيئاً، بل ظل فى جهل مطبق بها. وكان مركزاً جل اهتمامه بالشئون الداخلية، حين ذهب فى خلال أسابيع محدودة بعد تنصيبه رئيساً إلى مؤتمر بوتسدام بعد استسلام ألمانيا. وهناك جلس لمدة أسبوع مع

تشرشل تارة ومع ستالين تارة أخرى، وفزع عندما تبين أن الشؤون الخارجية سوف تسود، وهي التي لا يعرف عنها شيئاً على الإطلاق. وعاد من يوتسدام مقتنعاً بأن يترك ما كان يهتم به، ويركز اهتمامه إلى ما يجب أن يفعله، أي الشؤون الخارجية. وعلى الفور كما قيل وضع نفسه تلميذاً في مدرسة مع معلميه: الجنرال مارشال ودين آتشيسون. وفي بضعة أشهر كان رائعا في الشؤون الخارجية يفوق كلا من تشرشل أو ستالين، وبنى عالم ما بعد الحرب بسياسته لاحتواء الشيوعية وإبعادها عن كل من إيران واليونان بخطة مارشال التي أنقذت أوروبا الغربية، وقرار إعادة بناء اليابان، وأخيرا بنداؤه لتنمية الاقتصاد العالمي.

وبالمقارنة فقدَ ليندون جونسون كلا من فيتنام وسياسته الداخلية، لأنه يمسك بعبارته: "ماذا أريد أن أعمل؟" بدلا من أن يسأل نفسه: "ماذا يجب أن يكون عليه إسهامي؟"

كان جونسون مثل ترومان يركز كل اهتمامه على الشؤون الداخلية. وظل كذلك عندما تولى الرئاسة إذ أراد أن يكمل ما لم ينته من الصفقة الجديدة. وسرعان ما تبين أن حرب فيتنام هي التي ينبغي عليه أن يركز عليها. ولكنه لم يستطع أن يهجر ما أراد أن يكون عليه إسهامه؛ فمزق نفسه بين حرب فيتنام والشؤون الداخلية ففقد الاثنين.

وهناك سؤال آخر جدير بالسؤال: "ماذا أريد أن أسهم به؟" وأين وكيف أستطيع أن أحقق النتائج التي تصنع التحول؟"

والإجابة عن هذا السؤال تحتاج إلى موازنة عدة أشياء. فالنتائج يصعب تحقيقها، وتحتاج إلى "امتداد" استخداما للعبارة الطنانة؛ ولكنها يجب أن تكون قابلة للتحقيق. فاستهداف النتائج التي لا يمكن تحقيقها أو يمكن تحقيقها تحت ظروف غاية في الصعوبة ليس من "الطموح" في شيء، بل هي حماقة. وفي الوقت ذاته يجب أن تكون النتائج ذات معنى، تحقق تحولا. ويجب أن تكون مرئية أو إذا تيسر الأمر يمكن قياسها.

وهذا هو مثال عن مؤسسة لا تستهدف الربح.

سأل أحد المديرين الجدد الذى تولى إدارة المستشفى نفسه: "ماذا يجب أن يكون عليه إسهامى؟" فالمستشفى كبير وذو مقام رفيع. ولكن سمعته كانت آخذة فى الانحدار منذ ثلاثين عاما حتى صارت متواضعة. وقرر هذا المدير الجديد أن يكون إسهامه هو إنشاء مثال للتميز فى إحدى المناطق المهمة فى ظرف سنتين. وهكذا قرر التركيز على تحويل غرفة الطوارئ ومركز الصدمات، وكلاهما كان كبيرا ومرثيا ومتسحا. وفكر مدير المستشفى الجديد فيما يجب أن تكون عليه غرفة الطوارئ وكيف يقيس أداؤها. وقرر أن أى مريض يدخل غرفة الطوارئ يجب أن يُعرض على ممرضة مؤهلة خلال ستين ثانية. وفى خلال اثنى عشر شهرا صارت غرفة الطوارئ فى المستشفى نموذجا يُحتذى فى الولايات المتحدة بأسرها. وكان تحولها يوضح مقياسا نموذجيا منضبطا لأى مستشفى، وبمرور عامين آخرين كان المستشفى بأكمله قد تحول إلى نموذج للمستشفيات.

فقرار "ماذا يجب على أن أسهم فيه؟" وازن ثلاثة عناصر: **أولها**، يجب عن السؤال: "ما الذى يتطلبه الموقف؟" **وثانيها**، يجب عن السؤال: "كيف أستطيع أن أنفذ أعظم إسهام بمصادر قوتى وطريقة أدائى وقيمتى لما هو فى حاجة إليه؟" **وثالثها**، يجب عن السؤال: "ما هى النتائج التى ينبغى تحقيقها لإحداث التحول؟".

وهذا يؤدى إلى خلاصة الأعمال: ماذا أفعل، وأين أبدأ، وكيف أبدأ، وما هى الأهداف والخطوط الحمراء التى أعدها.

وقليل من الناس عبر التاريخ من تكون له الخيرة. فالمهمة مفروضة عليهم إما من الطبيعة أو من رئيس. وهكذا كانت الطريقة التى فرضت عليهم لتنفيذ المهمة ذات مقياس كبير. وهكذا أيضا كانت النتائج المتوقعة، مفروضة. وكى "تؤدى واجبك" لست حرا. فهى رخصة، لن تكون لها نتائج، ولا إسهام. ولكن إذا بادرت بالسؤال: "ماذا يجب على أن أسهم؟" فقد صرت حرا. تكفل لك الحرية لأنك تتحمل المسؤولية.

رابعاً- مسئولية العلاقات

تعمل القلة النادرة من الناس تلقائياً ويحققون النتائج تلقائياً، ومنهم القليل من كبار الفنانين والقليل من كبار العلماء والقليل من كبار الأبطال الرياضيين. ويعمل معظم الناس مع أناس آخرين يؤثرون ويتأثرون بعلوم آخرين. وهذا صحيح سواء أكانوا أعضاء في منظمة أو مستقلين قانونياً. ولهذا تتطلب إدارة الذات تولى مسئولية العلاقات.

وهناك جزءان منها:

الجزء الأول هو قبول الحقيقة القائلة إن الناس الآخرين هم أفراد مثلما أنت فرد. ويصرُّون على أن يتصرفوا مثل بقية البشر. وهذا يعنى كذلك أن لهم مصادر قوة، ولهم أساليبهم فى إنجاز أعمالهم، ولهم قيمهم. وكى تكون مؤثراً، عليك إذا أن تعرف مصادر القوة وأساليب العمل والقيم التى يعمل بها الناس.

ويبدو هذا واضحاً، ولكن أكثر الناس لا يعلمون.

ومن يعمل من الناس فى أول تعيين له مع رجل قارئ، يتدرب على كتابة التقارير. وإذا كان رئيسه الثانى مستمعا، فإن هذا العامل لا يزال يكتب التقارير للمدير الجديد، وهى الطريقة ذاتها التى ظل يمارسها مساعده الرئيس چونسون فى كتابة التقارير حيث إن چاك كينيدي الذى استأجرهم كان قارئاً. ومما لا شك فيه أن هؤلاء المساعدين لا يحققون نتائج، ويظن فيهم رئيسهم الجديد أنهم أغبياء وغير مؤهلين وكسالى، ويحققون الفشل الذريع. وكل ما يمكن عمله لتفادى ذلك يكفيه نظرة واحدة إلى الرئيس ثم يوجه السؤال "كيف يؤدى مهمته؟"

وليس الرؤساء عناوين تكتب على خريطة المنظمة أو "الوظيفة"، بل هم أفراد مكلفون بتنفيذ العمل بالطريقة التى يتبعونها. ويتحتم على العاملين معهم أن ينظروا إليهم ليتبينوا كيف يعملون ويكيّفون أنفسهم وفق الطريقة الفعالة التى يتبعها الرؤساء.

وهناك رؤساء ينظرون أولا إلى الأرقام، وكان ألفريد سلوان فى شركة جنرال موتورز واحدا منهم. ولم يكن شخصا ماليا؛ بل كان مهندسا ذا غرائز تسويقية قوية. ولكنه كمهندس تدرب على النظر أولا إلى الأرقام.

وهناك ثلاثة من أمهر المديرين التنفيذيين الشباب فى شركة جنرال موتورز لم يترفعوا إلى الدرجات العليا لأنهم لم ينظروا إلى سلوان، ولم يتحققوا من أنه لم تكن هناك نقطة للكتابة إليه أو للحديث معه حتى يبادر هو بقضاء الوقت مع الأرقام. فذهبوا لإحضار تقاريرهم وتركوا الأرقام. وفى هذا الوقت فقدوا سلوان.

سبق أن قلنا إن القراء لا يحتمل أن يصيروا مستمعين، ولا يحتمل أن يتحول المستمعون إلى قراء. ولكن يستطيع كل فرد أن يتعلم كيف يعرض عرضا شفويا لطيفا أو أن يكتب تقريراً رقيقاً. ومن واجب الرؤوس ببساطة أن يمكن رئيسه من إنجاز عمله. وهذا يتطلب النظر إلى الرئيس وطرح السؤال: "ما هى مصادر قوته؟ كيف يؤدي واجبه وينجزه؟ وما هى القيم التى تتوافر فيه؟" والحقيقة إن هذا هو السر فى "التعامل" مع المدير.

ويتصرف المرء بنفس الطريقة مع كل الناس الذين يعمل معهم. فكل يعمل على شاكلته وليس على شاكلتى. وكل منهم مكلف بالعمل بطريقته. وماذا يهم مهما كان أدائهم أو كانت قيمهم؟ أما عن كيفية أداء أعمالهم، فكل يحتمل أن يعمل مختلفا عن الآخرين. وأول سر فى الفاعلية هو فهم الناس الذين يعمل معهم، والذين يعتمد عليهم، وأن يستفيد بمصادر قوتهم، وبأساليبهم فى العمل، وبقيمهم. فعلاقات العمل تعتمد على الشخص بقدر ما تعتمد على العمل.

والجزء الثانى فى الإدارة الذاتية كى تصبح فعالا هو تحمل المسؤولية فى الاتصالات. وبعد أن يتدبر الناس ما هى مصادر قوتهم، وكيف يؤدون مهامهم وما هى قيمهم وخاصة ما يجب أن تكون عليه إسهاماتهم، عليهم حينئذ أن يطرحوا السؤال:

مَنْ يكون فى حاجة إلى معرفة ذلك؟ وعلى مَنْ أعتد؟ ومن ذا الذى يعتد على؟ ثم يتوجه المرء ويخبر هؤلاء الناس بالطريقة التى يتقبلون بها الرسالة، أى بمذكرة إن كانوا قراء أو بالحديث معهم إن كانوا مستمعين وهكذا.

عندما بدأت أنا، أو أى مستشار آخر، العمل فى إحدى المنظمات، بُلِّغْتُ فى أول الأمر "بالصراعات الشخصية" فيها. وتنشأ معظم الصراعات من أن شخصا ما لا يعلم ما يقوم به شخص آخر، أو لا يعلم كيف يؤدى الشخص الآخر عمله، أو لا يعلم الإسهامات التى يركز عليها الشخص الآخر، وما هى النتائج التى يتوقعها. والسبب فى أنهم يجهلون، هو أنهم لا يسألون وبالتالي لا يُبلِّغون.

وهذا يعكس الغباء البشرى بقدر أقل من أن يعكس التاريخ البشرى. ومنذ عهد قريب جدا كان من غير الضرورى إبلاغ أى شىء من هذا إلى أى فرد. وفى المدينة فى القرون الوسطى كان كل فرد فى الحى يمارس نفس الحرفة، فهناك شارع لصياغ الذهب وشارع لصناع الأحذية وشارع لصناع الدروع. وكيوتو فى اليابان لا تزال بها شوارع لصناع الأوانى وشوارع لناسجى الحرير وشوارع لصناع الدهانات. فصائع الذهب يعرف تماما ما يصنع صياغ الذهب الآخرون، وصانع الأحذية يعرف تماما ما يصنع صناع الأحذية الآخرون، وصانع الدروع يعرف تماما ما يصنع صناع الدروع الآخرون. وليست هناك حاجة لشرح أى شىء. وينطبق الشىء ذاته على الأراضى الزراعية، إذ يقوم كل فرد فى الوادى بزراعة نفس المحصول بمجرد أن ينقشع الجليد عن سطح الأرض. وليست هناك حاجة إلى أن يُبلِّغ فردٌ فرداً آخر بأنه سوف يزرع البطاطس، وهذا هو تماما ما يفعله الجار فى الوقت ذاته.

وهذه القلة من الناس التى تفعل أفعالا غير شائعة مثل القليل من المحترفين الذين يعملون فرادى، ولا يُبلِّغون أحداً بماذا يفعلون. واليوم تقوم الغالبية العظمى بالعمل مع الآخرين الذين يعملون أفعالا مختلفة.

سبق أن شرحنا أن نائبة الرئيس للتسويق ربما ترفّعت من مجال المبيعات، وتعرّف كل شيء عن المبيعات. ولكنها لا تعرف شيئاً عن أساليب الترغيب والأسعار والإعلان والتغليف وخطة المبيعات وغير ذلك؛ فلم يسبق لها أن قامت بهذه الأمور. ومن المحتم على العاملين الذين يقومون بهذه الأعمال أن يتأكدوا من أن نائبة الرئيس للتسويق تفهم ما يحاولون إنجازه، ولماذا يحاولون ذلك، وكيف يفعلونه، وما النتائج المتوقعة.

فإذا لم تفهم نائبة الرئيس للتسويق ماذا يفعل هؤلاء الأخصائيون من ذوى المعرفة الرفيعة المستوى، فإن ذلك من خطئهم وليس من خطأ نائبة الرئيس للتسويق. إذ إنهم لم يبلغوها، ولم يعلموها. وبالعكس، فإن من مسئولية نائبة الرئيس للتسويق أن تتأكد من أن كل مرؤوس يعمل معها يعرف كيف تنظر هي إلى التسويق، وما هي أهدافها، وكيف تعمل، وماذا تتوقع من ذاتها ومن كل فرد منهم.

وحتى العاملون الذين يدركون أهمية مسئولية العلاقات، كثيراً ما يهملون إبلاغ مساعديهم وسؤالهم. فهم يخشون أن يُظن بهم الفضول أو الوقاحة أو الغباء؛ وهم لهذا مخطئون. وعندما يذهب المرء إلى مساعدية ويقول: "هذا هو ما أجيد عمله، وهذا هو كيف أعمل، وهذه هي قيمى، وهذا هو إسهامى الذى أخطط للتركيز عليه، وهذه هي النتائج التى أصبوا إلى تحقيقها"، فسوف تكون استجابتهم دائماً: "إن هذا لعون أكيد. ولكن لماذا لم تبلغنا بذلك من قبل؟".

وسوف يتلقى المرء رد الفعل ذاته بدون استثناء إذا سأل: "وماذا أنا فى حاجة إليه لأعرف مصادر قواكم، وكيف تؤدون أعمالكم، وما هي قيمكم، وما هو إسهامكم المرتقب؟".

والحقيقة إن العامل المعرفى يجب أن يطلب ممن يعمل معهم، سواء كمرؤوسين أو رؤساء أو زملاء أو أعضاء فى فريق عمل، أن يضبطوا سلوكهم مع مصادر القوة للعامل المعرفى، ومع الطريقة التى يعمل بها العامل المعرفى. فالقراء يجب أن يلتمسوا من مساعديهم الكتابة إليهم، والمستمعون يجب أن يلتمسوا من مساعديهم التحدث

إليهم أولا وهكذا. ومرة ثانية، حينما ينفذ هذا فسوف يكون رد الفعل من الشخص الآخر: "شكرا على إبلاغك لى؛ فهذا عون هائل. ولكن لماذا لم تبلغنى بذلك مبكرا؟".

لم تعد المنظمات تُبنى على القوة، بل يتزايد بناؤها على الثقة. ولا تعنى الثقة أن يحب الناس بعضهم بعضا، بل تعنى أن يثق الناس بعضهم فى بعض؛ وتحملُ مسئولية العلاقات لهذا ضرورة حتمية؛ فهى واجب. وسواء أكان الفرد عضوا فى المنظمة أو مستشارا لها أو مورداً لها أو موزعا لها، فهو مدين بمسئولية العلاقات مع أى فرد يعمل معه، ويعتمد على عمله، بينما يعتمد هو الآخر على عمله.

خامسا- النصف الثانى من عمرك

قلنا سلفا، لأول مرة فى التاريخ البشرى يتوقع الأفراد أن يعمرُوا أطول من المنظمات. وهذا يؤدى تماما إلى تحدٍّ جديد: "ماذا تعمل فى النصف الثانى من عمرك؟".

لم يعد يتوقع أحد أن يدوم التواصل مع المنظمة التى يعمل فيها وهو فى الثلاثين من عمره حتى يبلغ سن الستين. ولكنَّ أربعين أو خمسين عاما من العمل فى ذات النوع من العمل، عمر طويل جدا بالنسبة لبعض الناس، فهم يتدهورون ويتبرمون ويفقدون الحيوية فى أعمالهم، حتى "يحالون إلى التقاعد" ويصبحون عبئا على أنفسهم وعلى كل المحيطين بهم.

وليس هذا بالضرورة حقا بالنسبة إلى مَنْ حققوا أمجادا مثل الفنانين العظماء. فكلود مونى (١٨٤٠-١٩٢٦) أعظم الرسامين الانطباعيين لا زال يرسم الروائع وهو فى الثمانين، إذ كان يعمل ١٢ ساعة فى اليوم، حتى كاد أن يفقد بصره. وپابلو بيكاسو (١٨٨١-١٩٧٣) ربما كان أعظم الرسامين فيما بعد الانطباعيين، ظل يرسم بالمثل حتى مات فى التسعينيات من عمره، وابتكر وهو فى السبعينيات أسلوبا جديدا. وپابلو كاسالز (١٨٧٦-١٩٧٣) أعظم موسيقى يعزف على آلة التشيللو (الكمان الكبيرة) فى القرن العشرين،

قرر أن يؤدي مقطوعة موسيقية وتدريب عليها في نفس الوقت الذي توفي فيه عن عمر يناهز السابعة والتسعين. ولكن هؤلاء هم أندر الاستثناءات حتى بين أمهر المبدعين العظماء. ولم يستطع العملاقان في علم الفيزياء: ماكس بلانك (١٨٥٨-١٩٤٧) وألبرت أينشتاين (١٨٧٩-١٩٥٥) أن يقدموا عملاً علمياً مهماً بعد عمر الأربعين. فبلانك كانت له مهنتان آخر: فبعد عام ١٩١٨ وكان عمره ستين عاماً أعاد تنظيم العلم الألماني. وبعد أن اضطره النازيون إلى التقاعد في عام ١٩٣٣ بدأ مرة ثانية في عام ١٩٤٥ وهو في سن التسعين في إعادة بناء العلم الألماني بعد سقوط هتلر. ولكن أينشتاين تقاعد في الأربعينيات من عمره ليصبح "رجلاً مشهوراً".

ويدور اليوم حديث طويل حول "أزمة منتصف الحياة" بالنسبة للمدير التنفيذي. فالأمر مزعج. ففي سن الخامسة والأربعين يبلغ معظم المديرين التنفيذيين الذروة في مهنتهم في العمل التجاري ويعرفونه جيداً. فبعد عشرين عاماً من العمل في نفس النوع من العمل، صاروا متميزين في أعمالهم. ولكن القليلين لا يسهمون بشيء بعد، والقليلون يتوقعون أن يصبح العمل تحدياً وإرضاءً.

والعمال اليدويون الذين ظلوا يعملون أربعين عاماً في مصانع الحديد مثلاً أو في قاطرة السكة الحديدية يعانون من الإرهاق البدني والعقلي قبل أن يصلوا إلى نهاية أعمارهم العادية المتوقعة، أي قبل أن يبلغوا حتى سن التقاعد التقليدي. فقد "انتهوا". فإذا عاشوا وارتفع عمرهم المتوقع إلى متوسط الخامسة والسبعين أو نحو ذلك، فسوف يَسْعُدُون بقضاء عشرة أعوام أو خمسة عشر عاماً بدون عمل أو يلعبون الجولف أو يصطادون السمك أو ينشغلون في بعض الهوايات الصغرى وغير ذلك. ولكن العمال المعرفيين "لا ينتهون". فهم قادرون تماماً على العمل رغم كل أنواع الشكاوى الصغيرة. ولكن العمل الأصلي الذي كان تحدياً عندما كان العامل المعرفي في الثلاثين من عمره أصبح عبئاً ثقيلاً عندما صار العامل المعرفي في الخمسين من عمره، ولا يزال يحتمل أن يواجه خمسة عشر عاماً أو عشرين عاماً من العمل.

ولهذا فالإدارة الذاتية يتزايد الطلب عليها باستعداد المرء لإدارة النصف الثانى من عمره. وأحسن من كتب فى هذا الموضوع بوب بافورد وهو رجل أعمال ناجح جدا أوجد لنفسه حياة ثانية. ومن مؤلفاته كتاب:

Half Time, (Grand Rapids Zondervan, 1994).

وكتاب *Game Plan*, (Grand Rapids Zondervan, 1997).

وهناك ثلاث إجابات:

١- أولها بالفعل أن تبدأ مهنتك الثانية المختلفة، كما فعل ماكس بلانك. وهذا يعنى غالبا أن تنتقل من نوع من المنظمات إلى الآخر.

ومن هذه الأنماط المديرون التنفيذيون الأمريكيون من ذوى المستوى المتوسط الذين انتقلوا بأعداد كبيرة إلى إحدى المستشفيات أو إحدى الجامعات أو إحدى المنظمات التى لا تستهدف الربح وأعمارهم تتراوح بين الخمسة والأربعين والثمانين والأربعين، عندما كبرت أطفالهم واستحق لهم معاش التقاعد. وفى أحوال كثيرة كانوا يبقون فى نفس النوع من العمل. فالمراقب المالى فى القسم فى إحدى الشركات الكبرى يصبح مثلا مراقبا ماليا فى إحدى المستشفيات المتوسطة. ولكن هناك أيضا عدد متزايد من الناس الذين ينتقلون بالفعل إلى خط مختلف من العمل. وتزايد على سبيل المثال عدد الطلاب فى المعاهد اللاهوتية البروتستانتية الأمريكية من الأعمار الخامسة والأربعين بدلا من الخامسة والعشرين. أمضوا مهنتهم الأولى فى الأعمال التجارية أو فى الحكومة وبعضهم فى الطب، ثم إذا كبرت أطفالهم انتقلوا إلى مناصب الكهنة. وكذلك فعل صديقى الذى كان يعمل مديرا وأميننا للمتحف الفنى فى عمر الثلاثين، ثم انتقل إلى المعهد اللاهوتى فى عمر الخامسة والخمسين.

وفى الولايات المتحدة عمل عدد كبير من النساء المتوسطات الأعمار لمدة عشرين سنة فى الأعمال التجارية أو فى الحكومة المحلية، ثم ترقين إلى منصب إدارى صغير، وهن

الآن فى عمر الخامسة والأربعين، وقد كبر أطفالهن فدخلن مدرسة القانون. وبعد ثلاثة أو أربعة أعوام يعملن فى المحاماة لنصف الوقت فى مجتمعاتهن المحلية.

وسوف نرى كثيرا من الناس من ذوى المهنة الثانية من الذين حققوا نجاحا ملحوظا فى أعمالهم الأولى. وهؤلاء الناس ذوو مهارات كبيرة مثل المراقب المالى فى أحد الأقسام الذى انتقل إلى مستشفى شعبى محلى، ويعرفون كيف يعملون. وهم فى حاجة إلى مجتمع، بينما خلا البيت من الأطفال. وهم فى حاجة إلى الدخل كذلك، ولكن فوق هذا كله هم فى حاجة إلى التحدى.

المهنة الموازية

٢- والإجابة الثانية عن السؤال: ماذا تعمل فى نصف عمرك الثانى، هى إنشاء وظيفة موازية.

وعدد كبير من الناس فى تزايد سريع وخاصة أولئك الذين كانوا ناجحين جدا فى مهنتهم الأولى، ويبقون فى العمل الذى ظلوا يعملون فيه لمدة عشرين أو خمسة وعشرين عاما. ويظل الكثيرون يعملون أربعين أو خمسين ساعة فى الأسبوع فى عملهم الأسمى المدفوع الأجر. وينتقل البعض من العمل الأسمى الذى يشغلهم طوال الوقت ليكونوا موظفين لجزء من الوقت أو يعملون مستشارين. ولكنهم حينذاك يوجدون لأنفسهم عملا موازيا، فى المنظمات التى لا تستهدف الربح عادة مع عمل آخر لمدة عشر ساعات من العمل فى كل أسبوع. فيتولون إدارة كنائسهم مثلا أو رئاسة مجالس فتيات الكشفاء المحلية، أو ملاجئ النساء العاجزات، أو أمناء مكتبة الأطفال فى مكتبة عامة محلية، أو يتولون العضوية فى مجالس إدارة المدارس المحلية وهكذا.

٣- والإجابة الثالثة والأخيرة: هناك "المقاولون الاجتماعيون". وهم عادة أناس كانوا ناجحين فى مهنتهم الأولى مثل رجال الأعمال التجارية والأطباء والمستشارين وأساتذة الجامعة؛ الذين يحبون عملهم ولكن عملهم لم يعد يتحداهم. وفى كثير من الأحيان يظلون يقومون بما كانوا يقومون به طول الوقت، رغم أنهم يقضون فيه

وقتا أقل فأقل. ثم يبدوون فى تنفيذ غيره مما يكون عادة نشاطا لا يستهدف الربح.

وهنا بعض الأمثلة، بدءاً ببوب بافورد مؤلف الكتابين السالف ذكرهما حول الإعداد لوظيفة ثانية فى النصف الثانى من العمر. وبعد أن بنى عملا تجاريا ناجحا جدا خاصاً بال تلفاز والراديو ظل بافورد يديره، حتى بادر ببناء منظمة لا تستهدف الربح كى يجعل الكنيسة البروتستانتية فى أمريكا قادرة على البقاء. وهو الآن يبنى منظمة أخرى ناجحة مثل سابقتها لتعليم المقاولين الاجتماعيين كيف يديرون مشروعاتهم الخاصة التى لا تستهدف الربح، بينما يستمرون فى إدارة عملهم الأصلى. ولكن هناك أيضا محام ناجح بنفس المقدار، وهو مستشار قانونى لإحدى الشركات الكبرى، بدأ مشروعه بإنشاء مدارس نموذجية فى ولايته.

والأقلية فقط هى التى تتمكن من إدارة "النصف الثانى" من العمر. أما الأغلبية فتظل تعمل ما هى عاملة الآن، أى أنها تتقاعد وهى على رأس العمل، حتى إذا أزهقهم الملل وظلوا يمارسون العمل الروتينى راحوا يعدون السنين حتى التقاعد. وهذه الأقلية من الناس الذين يرون أن متوسط العمر المتوقع فى حياة العمل الطويلة فرصة لهم ذاتهم والمجتمع كذلك، يصبحون قادة ونماذج، ويتزايد كونهم "قصص نجاح".

وهناك مطلب وحيد لإدارة النصف الثانى من الحياة: هو أن تبدأ فى إنشائه من قبل أن تدخل فيه بوقت طويل.

عندما اتضح لى لأول مرة منذ ثلاثين عاما أن متوسط العمر المتوقع يطول بسرعة، كان كثير من المراقبين وأنا منهم يعتقد أن المتقاعدين سوف يتزايد عددهم كمتطوعين فى المؤسسات الأمريكية غير المعنية بالربح. ولكن ذلك لم يحدث. فإذا لم يبدأ الفرد فى التطوع قبل أن يصل إلى الأربعين من العمر، فلن يتطوع بعد أن يبلغ الستين.

وبالمثل، فكل المقاولين الاجتماعيين الذين أعرفهم بدعوا العمل فى مشروعهم الثانى المختار قبل أن يبلغوا الذروة فى عملهم التجارى الأسمى. فالمحامى المذكور عالىة بدأ فى عمله التطوعى القانونى للمدرسة فى ولايته عندما كان فى الخامسة والعشرين تقريباً. وانتُخب عضواً فى مجلس إدارة المدرسة وهو فى الأربعين. وعندما بلغ الخمسين جمع ثروة طائلة، ومن ثم بدأ مشروعهُ الخاص ببناء وإدارة المدارس النموذجية. وهو على أية حال لا يزال يعمل طول الوقت تقريباً كبيراً للمستشارين فى الشركة الكبيرة جداً التى ساعد فى تأسيسها عندما كان محامياً صغيراً جداً.

وهناك مطلب آخر هو أن الإدارة الذاتية سوف يتزايد مفهومها لتعنى أن العامل المعرفى ينشئ مشروعاً ثانياً وينميه مبكراً.

ولا يتوقع أحد أن يعيش عمراً طويلاً بدون أن تمر به محنة إما فى حياته أو فى عمله.

فذلك المهندس الكفوء، تخطته شركته فى الترقية وهو فى الثانية والأربعين. وهذه هى أستاذة الجامعة التى تبينت وهى فى الثانية والأربعين أنها ستبقى إلى الأبد فى هذه الكلية الصغيرة التى نالت فيها أول تعيين لها ولن تحصل على درجة الأستاذية من جامعة كبيرة حتى ولو كانت كاملة التأهيل لها. وهناك مأس فى الحياة العائلية مثل الطلاق بين الزوج وزوجته أو فقد أحد الأطفال.

ثم هناك مشروع كبير ثانٍ وليس مجرد هواية يحدث تحولاً كبيراً. فالمهندس الكفوء الذى تخطته الترقية عرف الآن أنه لم يكن ناجحاً جداً فى وظيفته، ولكن فى نشاطه الخارجى كأمين صندوق فى الكنيسة المحلية حقق نجاحاً واستمر فى النجاح. وربما تنفصم عرى الأسرة، ولكن لا يزال هناك نشاط خارجى فى المجتمع. وسوف تتزايد الأهمية فى المجتمع الذى صار النجاح فيه مهماً.

ولم يحدث مثل هذا فى التاريخ. فالأغلبية المطلقة من الناس لم تتوقع شيئا سوى البقاء فى "موقعها المناسب" كما يقول أحد الأدعية الإنجليزية القديمة. والمرونة الوحيدة هى مرونة التحول. فالنجاح فى واقع الأمر غير معروف.

ونتوقع فى مجتمع المعرفة أن يكون كل فرد "قصة نجاح": ولكن هذا فى الواقع مستحيل. فالفشل يغيب عن كثير من الناس فى أحسن الظروف. فحيث يكون النجاح يوجد الفشل. وحينئذ يكون فى غاية الأهمية للفرد ولأسرته على السواء أن يوجد مجال يسهم فيه الفرد ويحدث تحولاً يصير فيه شخصا ما. وهذا يعنى أن يكون له مجال ثان سواه أكان وظيفة ثانية أو وظيفة موازية أو مشروعا اجتماعيا أو مشروعا خارجيا جادا، يقدم كل منها فرصة للقيادة والاحترام والنجاح.

وربما تبدو التغييرات والتحديات فى الإدارة الذاتية واضحة، إذا لم تكن أولية عند مقارنة هذه التغييرات وتلك التحديات بمثيلاتها السالف ذكرها فى الفصول السابقة. وربما تبدو الإجابات بديهية إلى درجة السذاجة. ومن المؤكد أن كثيرا من الموضوعات السالف ذكرها فى الفصول السابقة، مثل أن تكون قائداً للتغيير أو لتحديات المعلومات شديدة التعقيد، تحتاج إلى سياسات وتقنيات ومناهج أكثر تطورا وأكثر صعوبة. ولكن معظم السلوكيات الجديدة كالسياسات الجديدة والتقنيات والمناهج التى ذكرناها فى الفصول السابقة يمكن اعتبارها تطورات.

والإدارة الذاتية ثورة فى الشئون الإنسانية. فهى تتطلب أشياء جديدة غير مسبوقة من الفرد وخاصة من العامل المعرفى. فإنها كثيرا ما تتطلب أن يفكر كل عامل معرفى ويسلك مسلك المدير التنفيذى الرئيسى. كما تتطلب تغييرا حوالى ١٨٠ درجة فى أفكار وأفعال العامل المعرفى عما يظن معظمنا - وحتى الأجيال الصغرى، أنها طرق التفكير المسلم بها وطرق الأداء المضمونة. وبعد كل هذا فالعامل المعرفى ظهر إلى حيز الوجود بأعداد كبيرة فى الجيل السابق. وقد ابتكرتُ مصطلح "العامل المعرفى" فى عام ١٩٦٩ فى كتابى **عصر الانفصال** أى منذ ثلاثين عاما.

ولكن الانتقال كذلك من العامل اليدوى الذى يفعل ما يأمر به واجبه أو رئيسه إلى العامل المعرفى الذى يقود نفسه، تحدى البناء الاجتماعى كثيرا. لأن كل مجتمع قائم، حتى أكثرها اهتماما بشئون الأفراد، يأخذ الموضوعين التاليين قضايا مسلما بها أو يتداولها بدون وعى: أن المنظمات تعمر أكثر من الأفراد، وأن معظم العاملين يظلون فى أماكنهم. والإدارة الذاتية قائمة على الحقائق المتناقضة: وأن العاملين يحتمل أن يعمرُوا أطول من المنظمات، وأن العامل المعرفى لديه المرونة.

والمرونة مقبولة فى الولايات المتحدة. ولكن حتى فى الولايات المتحدة يعمر العمال أطول من المنظمات؛ ولهذا يحتاج الأمر إلى الاستعداد لحياة ثانية ومختلفة فى النصف الثانى من العمر، وهذه ثورة لا يستعد لها أحد فى الواقع. وكذلك الحال فى كل مؤسسة قائمة مثل نظام التقاعد الحالى. وفى بقية العالم المتقدم يعتبر الثبات متوقعا ومقبولا. فهو "استقرار".

فالمرونة فى ألمانيا حتى عهد قريب جدا تنتهى مع الفرد عند بلوغه العاشرة أو على الأكثر السادسة عشر. فإذا لم يدخل الطفل غرفة الألعاب الرياضية فى سن العاشرة فَقَدْ فرصته للالتحاق بالجامعة. والتدريب المهنى الذى تُقبل عليه الغالبية العظمى من الذين لم يدخلوا غرف الألعاب الرياضية، ويلتحقون به فى سن الخامسة عشر أو السادسة عشر ليحترفوا مهنة الميكانيكى أو الكاتب فى البنك أو الطباخ بلا رجعة، يقرر المهنة التى يعمل بها الفرد بقية عمره. والانتقال من مهنة تدرب عليها إلى مهنة أخرى لا يتم حتى ولو لم يكن ممنوعا.

والمجتمع المتقدم الذى واجه أعظم التحديات واضطر إلى إجراء أصعب التغيرات هو المجتمع الذى كان الأكثر نجاحا فى الخمسين سنة الماضية: اليابان. ونجاح فى اليابان الذى ليس له مثيل فى التاريخ يعتمد اعتمادا كبيرا على الثبات المنظم، أى الثبات المنظم فى العمالة طول العمر. ففى العمالة طول العمر تدير المنظمة الفرد؛ إذ تفعل ذلك بطبيعة الحال على أساس أن الفرد ليس أمامه اختيار؛ فالفرد مدار.

وأتمنى مخلصاً أن تجد اليابان حلاً تحفظ به الاستقرار في المجتمع والتناغم الاجتماعي، الذي أوجدته العمالة طول العمر؛ ولكنها أوجدت المرونة التي يجب أن تتوافر للعمل المعرفي وللعمال المعرفيين. فكلُّ زائلٍ إلا المجتمع الياباني والتناغم المدني. وسوف يقدم الحل الياباني نموذجاً، لأن في كل دولة يحتاج المجتمع الفاعل إلى ترابط. ولا تزال اليابان الناجحة تعمل لكي تكون مختلفة تماماً.

وهكذا ستكون كل الدول المتقدمة. فظهور العامل المعرفي الذي يستطيع أن يدير ذاته قادر على تحويل أي مجتمع.

اقتصر هذا الكتاب عن قصد على تحديات الإدارة. وحتى هذا الفصل الأخير، تحدث عن الفرد؛ أعني به العامل المعرفي. ولكن التغيرات التي ناقشها هذا الكتاب تذهب إلى ما وراء الإدارة، كما تذهب إلى ما وراء الفرد ووظيفته. والذي تناوله هذا الكتاب بالفعل هو: مستقبل المجتمع.

الملاحق

* مسرد الاختصارات

* مسرد المصطلحات

* مراجع المترجم

* المؤلف فى سطور

* المترجم فى سطور

مسرد الاختصارات

ABBREVIATIONS

AT&T American Telephon and Telegraph Company

شركة الهواتف والبرقيات الأمريكية

B.C. Before Christ (in date)

قبل الميلاد

Biz Business Magazine

مجلة الأعمال التجارية

CEO Chief Executive Officer

المدير التنفيذي

CIC Commander-in-Chief

رئيس هيئة الأركان

CIO Chief Information Officer

مدير المعلومات

Dec December

ديسمبر

DIY do it yourself

اصنعها بنفسك

Ed Edinburgh

إدنبره

ENIAC Electronic Numerical Integrator and Calculator

عداد وموحد الأرقام الإلكترونية (أول عداد إلكتروني) (first electronic calculator)

EVA Economic Value Added Analysis

تحليل القيمة الاقتصادية المضافة

FMC Ford Motor Company

شركة فورد للسيارات

GE General Electric Company

شركة جنرال إلكتريك للأجهزة الكهربائية

GM General Motors Company

شركة سيارات جنرال موتورز

HMO Health Maintenance Organization

منظمة الرعاية الصحية

IBM International Business Machines

(Computer Manufacturer Corporation)

شركة تصنيع الحاسبات الإلكترونية

Intel	مصطلح أمريكي لإحدى شركات الإلكترونيات الكبرى فى الولايات المتحدة
IT Information Technology	تقنية المعلومات
M1 MaLot One	المبلغ الأول
M2 MaLot Two	المبلغ الثانى
M3 MaLot Three	المبلغ الثالث
MIS Management Information System	منهج إدارة المعلومات
NAFTA North American Free Trade Zone	منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية
Nov November	نوفمبر
SAP	مصطلح ألماني لكبرى شركات الإلكترونيات فى ألمانيا
Theory X	النظرية س
Theory Y	النظرية ص
TQM Total Quality Management	إدارة الجودة الشاملة
TV Television	التلفاز
UAW Automobile Workers Union	اتحاد عمال السيارات
UK United Kingdom	المملكة المتحدة
USA United States of America	الولايات المتحدة الأمريكية
VCR Video Cassette Recorder	مسجل فيديو كاسيت
WW I World War One	الحرب العالمية الأولى
WW II World War Two	الحرب العالمية الثانية

عمل - إجراء **Action**

الالتجاء إلى الوسائل غير السياسية، وانتهاج سياسة عنف تجاه السلطات، كالإضراب والإتلاف، لإرغامها على القيام بتغييرات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ويرتبط بالعمل النقابى.

١- توافق **Adjustment**

تكييف الفرد لنفسه طبقا لمقتضيات البيئة التى يعيش فيها، والمواقف التى يواجهها فى حياته اليومية، بصورة تضمن تحقيق احتياجاته ومطالبه بشكل مقبول اجتماعيا ونفسيا.

٢- تعديل الوضع

تصحيح وضع بشكل مُرضٍ، كتعديل وضع الموظف فى الدرجة والمرتب فى حالات خاصة.

رجل إدارى **Administrator**

مسئول كبير يتمتع باختصاصات قيادية، ومن بين ما تتضمنه أعماله: التوجيه والتنسيق والرقابة، وتقع على عاتقه مسئولية المشاركة فى تنفيذ السياسة العامة للتنظيم.

صناعة الإعلان - النشر **Advertising**

النشر بالوسائل المختلفة للفت نظر الجمهور إلى سلعة أو خدمة معينة، ويمر الإعلان بمراحل مختلفة، وهى جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، وخلق الرغبة، وإقناع الفرد، ثم حثه على العمل.

Advisory Opinion

رأى استشارى

يراد به الرأى الذى يُعرف به أحدهم أثناء المداولة فى بعض المواضيع فيستنار به، ولكنه لا يحتسب فى عملية التصويت.

Agreement

اتفاق - عقد

العقد هو توافق إرادتين أو أكثر لإنشاء رابطة بين شخصين أو أكثر أو لتعديل أو إنهاء رابطة سابقة. ويقوم العقد على ثلاثة أركان وهى الرضاء الصحيح وموضوع معين أو محل الالتزام وسبب مشروع الالتزام.

Allocation of Labour

تخصيص اليد العاملة

توزيع القوى العاملة بالمنشأة على المجالات المختلفة للعمل طبقا للاحتياجات الحقيقية منها.

Apprentice

المتسرج - التلميذ الصناعى

كل شخص ذكر أو أنثى يتعاقد مع صاحب العمل فترة محددة ويعمل تحت إدارته أو إشرافه مقابل منحة أو مكافأة بقصد تعليمه حرفة أو مهنة أو صناعة.

Assembly Line

خط التجميع

ترتيب الآلات والمعدات والمواد والعاملين بشكل يسمح للمنتجات التى يجرى العمل عليها من عملية إلى أخرى بصورة متعاقبة حتى تتم العملية كلها أو مرحلة منها، أو حتى يتم تجميع السلعة المنتجة.

Assignment

مهمة

تحديد واجبات وظيفية معينة للفرد، وتتضمن الوظيفة الواحدة عدة واجبات أو مهمات.

Attitude

موقف – اتجاه

حالة من الاستعداد أو التأهب النفسى تنتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات أثر توجيهى على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التى تثير هذه الاستجابة كموقف الفرد تجاه الآخرين، أو وجهة نظره فى قضية معينة.

Authority

١- السلطة

الصلاحيات المرتبطة بوظيفة أو عمل التى تمكن شاغل تلك الوظيفة من ممارسة واجباته ومسئوليته واتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

٢- هيئة أو مؤسسة

جهاز يتبع الحكومة المركزية أو المحلية يقوم بأعمال عامة رسمية أو شبه رسمية كهيئة المواصلات السلوكية واللاسلكية.

Autocratic

النقد الذاتى

هو الرأى الذى يصدره الفرد عن أفعاله أو سلوكه بهدف تحسينها فعلا أو الاعتراف بنواحي نقصه فيما يتصل بعلاقته بالجماعة التى يهيمه أن يمثل لمعاييرها.

Autonomy

استقلال

وضع الجماعة التى يكون لها الحق فى تنظيم شؤونها بدون أى ضغط خارجى، ويقصد بهذا الاصطلاح فى المسائل الإدارية، استقلال المنظمة أو المؤسسة وحققها فى أن تتخذ قراراتها بدون تدخل أية جهة.

B

Behaviour

سلوك

أى فعل يستجيب به الكائن الحى برمته لموقف ما استجابة واضحة للعيان، وتكون عضلية أو عقلية أو هما معا، وتترتب هذه الاستجابة على تجربته السابقة.

Belongingness

الانتماء

انتماء الفرد إلى جماعة، ويرغب الفرد عادة في الانتماء إلى جماعة قوية يتقمص شخصيتها ويوحد نفسه بها، كالأُسرة أو النادي أو الشركة أو المصنع ذى المركز الممتاز.

Benchmark Job

وظيفة نموذجية

وظيفة نموذجية فى المنشأة تُستخدم كأمثلة أو يُرجع إليها للمقارنة بوظائف أخرى، وذلك عند القيام بتقييم الوظائف.

Board of Directors

مجلس الإدارة

يتكون مجلس الإدارة من عدة أفراد ينتخبهم أعضاء المنظمة لإدارة المنظمة، ويعين النظام الخاص بها عدد أعضاء المجلس ومواعيد اجتماعه وكيفية اتخاذ قراراته، إلخ.

Boss

مشرف – رئيس

المشرف أو صاحب العمل أو أى فرد له حق إصدار الأوامر لمن يعملون تحت إشرافه.

Bribery

الرشوة

جريمة تنطوى على الاتفاق على جعل فائدة مقابل القيام بعمل أو الامتناع عن عمل يدخل فى وظيفة المرتشى التى يُشترط عادة أن تكون من الوظائف العامة.

Budget

الميزانية

إحصاء مالى يُعد قبل فترة محاسبية محددة تشمل الخطط والسياسات الواجب اتباعها خلال هذه الفترة وكذلك الدخل والإنفاق اللازم لتحقيق الأهداف.

Business

المتجر – العمل التجارى

جميع الحقوق التى يمتلكها التاجر، وبها يزاوّل عمله التجارى، وتتألف من المباني والمنقولات والأدوات والعملاء والبضائع وبراءات الاختراع إلى غير ذلك.

Byte

وحدة المعلومات فى الحاسب الإلكترونى

وتتكون من مجموعة من الأرقام 0 و1 تمثل رقما أو حرفا.

وتستخدم الحواسيب الصغيرة وحدة المعلومات المكونة من ثمانية مجموعات رقمية، بينما تستخدم الحواسيب الكبيرة وحدة المعلومات المكونة من ١٦ مجموعة رقمية.

C

Capital

رأس المال

القيمة الإجمالية للأصول التى يمتلكها الفرد أو المنظمة. وهو الثروة فى أى شكل من أشكالها تستخدم فى إنتاج ثروة أخرى.

Career

السلك المهنى - الخط المهنى

تاريخ الحياة العملية للفرد، وفترات العمل التى تتكون منها المهنة الغالبة فى حياته، وانتقاله بين الأعمال المختلفة التى يستقر بها ويتقنها وتدرجه الوظيفى.

Chairman of the Board

رئيس مجلس الإدارة

من تسند إليه رئاسة مجلس الإدارة فى الجمعية أو المنظمة أو الشركة، فيقوم بإدارة المناقشات وحفظ النظام أثناء الاجتماع وتوزيع المسئوليات بين الأعضاء وتوقيع محاضر الجلسات، إلخ.

Chancellor

مستشار - رئيس

لقب رسمى ذائع الاستعمال، يُمنح لشخص مسئول فى الدولة مثل رئيس الوزراء فى بعض الدول كألمانيا، أو رئيس الجامعة فى بعض الجامعات أو مستشار فى بعض السفارات.

Change

التغيير

التغيير عملية مستمرة، وقد يعتمد على خطة مدروسة تُحشد فيها جميع الموارد

والإمكانات لتحقيق الأهداف المطلوبة. ويعنى إحلال شىء أو نظام فى محل شىء أو نظام آخر مثله.

Chore

عمل روتينى

عمل روتينى صغير، مثل عمل ربة البيت أو الفلاح. وهو عمل شاق وغير مريح.

Committee

لجنة

مجموعة من الأفراد تُعين أو تُنتخب لبحث وإصدار قرارات أو توصيات فى الموضوعات التى تُحال إليها، ويتوقف ذلك على نوع اللجنة.

Communication

الاتصال

النظام الذى يكفل توصيل البيانات والمعلومات إلى كافة أجزاء التنظيم، وذلك من الخارج إلى المنظمة، والبيانات الصادرة من المنظمة إلى المجتمع المحيط بها، وكذلك بين مختلف المستويات الإدارية سواء أكانت اتصالات رأسية أى من الإدارة العليا إلى الإدارة الوسطى والسفلى، أم اتصالات أفقية بين مختلف الأقسام الإدارية، وذلك بما يكفل سلامة وفاعلية تنفيذ الأعمال.

Community

مجتمع محلى

مجموعة من الناس الذين يقيمون عادة على رقعة معينة من الأرض، وتربطهم علاقات دائمة نسبيا، وليست من النوع العارض المؤقت، ولهم نشاط منظم، وفق قواعد وأساليب وأنماط متعارف عليها، وتسود بينهم روح جماعية تشعرهم بأن كلا منهم ينتمى لهذا المجتمع، كما أن من أهم خصائص المجتمع المحلى تميزه وصغره وتجانسه.

Company

شركة

اتفاق بين شخصين أو أكثر بأن يساهم كل منهم فى مشروع مالى بتقديم حصة من

رأس المال لاقتسام ما ينشأ عن هذا المشروع من ربح أو خسارة. وللشركة شخصية اعتبارية تتمتع بها عن طريق شهرها طبقاً لأحكام القانون.

Comparative Management

الإدارة المقارنة

دراسة ممارسة الإدارة في ثقافات أو بلاد مختلفة لإمكان تحديد المبادئ الأساسية والاختلافات الثقافية في هذا المجال.

Compensation

التعويض

في تشريعات العمل والتأمينات الاجتماعية مبلغ يؤدي دفعة واحدة أو على دفعات دورية تعويضاً عن العجز المؤقت أو الدائم الذي ينتج عن إصابة عمل.

Competence

١- الاختصاص

أهلية إحدى السلطات العامة للقيام بأعمال معينة، فيقال اختصاص الوزير والمحافظ وغيرهما. كما يقال في الإجراءات القانونية اختصاص محكمة ابتدائية أو استئنافية.

٢- الجدارة - الاستعداد

المقدرة والمعرفة والمهارة في القيام بعمل معين.

Competitive Strategy

استراتيجية المنافسة

تعبير شامل للأساليب التحليلية لتقرير أهداف وسياسات المؤسسة عن طريق تقدير المعلومات عن التسويق وعمليات التقييم وبحوث العمليات مع إشارة خاصة إلى مكانة المؤسسة النسبية في التسويق.

Computer

الحاسب الإلكتروني

الجهاز المعد لقبول البيانات وتطبيق سلسلة من العمليات عليها لمعالجة هذه البيانات والخروج بنتائج هذه المعالجة بصورة آلية. ويتكون الحاسب الإلكتروني من وحدة

الإدخال Input Unit والذاكرة Memory ووحدة الإخراج Output Unit ووحدة التحكم Control Unit والوحدة الحسابية Arithmetic Unit.

التركيز Concentration

الدرجة التي تصل إليها الصناعة في التحكم بمعرفة مجموعة صغيرة من الشركات؛ وبهذا تكون قاصرة على الضغط التنافسي. وهو تركيز السلطة في شخص معين أو هيئة يوكل إليها تسيير دفة الأمور في المنظمة أو المؤسسة.

مؤتمر Conference

- ١- اجتماع عام يضم عددا من المشتركين لدراسة ومناقشة موضوعات معينة وإصدار توصيات بشأنها.
- ٢- اجتماع بين عدد محدود من الفنيين لتبادل الرأي كاجتماعات الاستشارية أو الخاصة بإدارة الأعمال أو الخاصة بدراسة الحالات.

المطابقة – التماثل Conformity

موافقة السلوك أو الحالة مع نمط مقرر يخضع لمستوى ثقافى سائد. ويقصد بسياسة المطابقة في الرقابة الاجتماعية نمط من الرقابة موجه صراحة أو ضمنا لجعل الأوضاع المتفاوتة تتماشى مع بعض المعايير.

مؤتمر عام Congress

يضم المؤتمر العام عددا كبيرا من المشتركين، قد يصل إلى عدة مئات، والاشتراك فيه مباح للمنظمات والأفراد المختصين، ويعقد لمدة محددة لتبادل الرأي في الموضوعات المعروضة عليه وإصدار التوصيات التي تنشر على نطاق واسع.

١- دستور Constitution

مجموع القواعد الأساسية في القانون العام التي تبين نظام الحكم وتنظيم السلطات

العامة وارتباطها بعضها ببعض واختصاص كل منها، وتقرير ما للأفراد من حريات عامة وحقوق قبل الدولة.

٢- نظام أساسى.

القواعد التى تضعها المنظمات أو الجمعيات المتعلقة بأهدافها وعضويتها وأجهزتها، إلخ.

Consultant

مستشار

أخصائى يكون غالبا من غير العاملين بالمنشأة، ويطلب منه الرأى فى المشكلات النوعية الدقيقة التى تتعقد فيها الحلول داخل المنشأة.

Contribution

١- اشتراك

المبلغ الذى يؤديه الفرد للانتفاع بخدمات معينة، كاشتراك التأمينات الاجتماعية واشتراك النقابة، إلخ.

٢- إسهام

المشاركة فى تحقيق إحدى النتائج.

Cooperation

تعاون

اجتماع عدة أشخاص على إنجاز مشروع يعود عليهم بالربح والفائدة.

Corporation

مؤسسة

شخص اعتبارى ينشأ بتخصيص مال مدة غير معينة بعمل ذى صفة إنسانية أو علمية أو اقتصادية دون قصد إلى أى ربح مادى.

ويطلقون هذا الاصطلاح فى الولايات المتحدة على المؤسسات بصفة عامة. فإذا كانت المؤسسة تهدف إلى الربح تسمى Private Corporation، أما إذا كانت تهدف إلى الصالح العام فتسمى Public Corporation.

Council

مجلس

جماعة منتخبة لإدارة شئون منظمة، وتقع فى نطاق وظائفها الأمور المتعلقة بالسياسة العامة واتخاذ القرارات فى المسائل التى تدخل فى اختصاصها.

Craftsman

صاحب حرفة - صانع تقليدى

صانع يدوى يعمل لحسابه، وقد يعاونه عدد صغير من العمال.

Credit Union

اتحاد الائتمان

اتحاد يتكون فى المنشآت فى الولايات المتحدة، ويشترك فيه العمال، حيث يقبل مدخراتهم ويمدهم بالقروض بفوائد مخفضة، وتقسم الأرباح على الأعضاء فى نهاية كل عام، ويعتبر فى الواقع بمثابة بنك صغير. ويمد صاحب العمل الاتحاد بالمكان اللازم ويعاونه فى الأعمال الكتابية ويستقطع مستحقاته من كشوف الأجور.

D

Decentralization

اللامركزية

أحد أساليب تنظيم العمل، حيث تُمنح الوحدات المختلفة قدرا كبيرا من الإدارة الذاتية، بحيث تصبح عملية اتخاذ القرارات والمسئولية أقرب إلى مواقع التنفيذ، بيد أن الإدارة العليا تظل محتفظة بتوجيه السياسة العامة واتخاذ القرارات الرئيسية التى لها أثرها على التنظيم ككل.

Decision - Making

اتخاذ القرارات

اختيار بديل من بين عدة بدائل لمعالجة وحل مشكلة ما، ويعتمد القرار الصائب على مقدار المعلومات والبيانات المتعلقة بتلك المشكلة ومدى دقتها.

Deliberation

مداولة - مشاورة

هى أن يتبادل أعضاء هيئة نظامية رأيهم فى مسألة مطروحة عليهم ثم يقترعون على الآراء، فما حاز الأغلبية منها كان هو الرأى النهائى.

Diplomatic Corps

السلك الدبلوماسى

مجموع ممثلى الدول الأجنبية المقيمين فى دولة ما، ويقومون بحماية مصالح دولهم، ويتمتعون بالحصانة الدبلوماسية.

Direction

توجيه

١- النشاط الإدارى الذى يُعنى بتقرير الأهداف والسياسات ومراقبة سير العمل لتحقيق تلك الأهداف.

٢- إرشاد الرئيس للمرؤوسين نحو القيام بواجباتهم بكفاءة وإخلاص طبقا لخطة العمل الموضوعة.

Director

عضو مجلس الإدارة

١- عضو مجلس إدارة شركة يُعين لتيسير شئون الشركة وفقا لنظام الشركة الأساسى.

٢- المدير المسئول عن تنظيم العمل فى قسمه أو إدارته أو منظمته.

Discipline

الانضباط

القواعد التى يجب أن يلتزم بها العاملون فى المنشأة لحسن سير العمل ويتعرض من يخالفها للجزاء.

District

منطقة - ناحية

١- إقليم أو مساحة معينة من الأرض تمتاز عن غيرها من الأقاليم الأخرى المجاورة لها بخصائص أو صفات تسمى باسمها.

٢- وحدة إدارية تتمتع بالشخصية المعنوية ويتولى إدارتها محافظ أو مدير.

Duty

الواجب

الأنشطة المطلوبة من الفرد الذى تناط به وظيفة أو دور ثابت يجب أن يؤديه بمقتضى عضويته فى التنظيم.

وهناك نوعان من الواجبات:

- ١- الواجبات الدورية وهى التى تؤدى فى أوقات ثابتة.
- ٢- الواجبات العرضية وهى الأعمال غير المنتظمة التى تتم فى فترات متقاربة أو متباعدة حسب حاجة العمل.

E

Ecology of Administration

بيئة الإدارة

التركيز على البيئة فى دراسة الإدارة، ومدى تأثيرها بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية والنفسية التى لها علاقة وثيقة بموضوع التفاعل بين العاملين والإدارة والجمهور المحيط بها.

Economic Development

التنمية الاقتصادية

عملية تستخدم الدولة بموجبها مواردها المتاحة لتحقيق معدل سريع للتوسع الاقتصادى يؤدي إلى زيادة مطردة فى دخلها القومى، وفى نصيب الفرد من السلع والخدمات، وذلك عن طريق التغلب على المعوقات الاقتصادية، والعمل على توفير رؤوس الأموال والخبرة الفنية والتقنية.

Effectiveness

الفاعلية

مدى صلاحية العناصر المستخدمة للحصول على النتائج المطلوبة، فهى علاقة بين نوع العناصر وليس كميتها.

Effort

الجهد

أهم عناصر الفعل الإدارى، وقد يكون عضليا أو عقليا، ويختلف مقدار الجهد الذى

يُبذل الفرد باختلاف الأعمال التي يزاولها، وتحاول الهندسة البشرية إدخال وسائل متنوعة لتخفيف الجهد الذي يُبذل في العمل.

Employee

مستخدم – موظف

الشخص الذي يشغل وظيفة تغلب عليها الصبغة الذهنية في مؤسسة خاصة أو حكومية، ويتقاضى مقابل خدماته مرتبا شهريا.

Employment Relations

علاقات العمل الفردية

العلاقة بين صاحب العمل والعامل التي تنشأ بسبب مزاولة العمل، والتي يترتب عليها حقوق والتزامات لكل طرف نحو الطرف الآخر.

Enterprise

المشروع

وحدة قانونية واقتصادية تقوم بإدارة عوامل الإنتاج الثلاثة: الطبيعة والعمل ورأس المال لإنتاج سلع أو خدمات لتحقيق الربح.

Entrepreneur

منظم – مقاول

الشخص أو الجماعة التي تستغل عوامل الإنتاج في توليفات مثلى وتوجيهها بما يؤدي إلى تقدم الصناعة بهدف تحقيق الربح. ويتولى المنظم الوظائف الرئيسية في المشروع ويكون مسئولا عن اتخاذ القرارات وتحمل المخاطر.

Evaluation

التقييم

عملية تهدف إلى الحكم الموضوعي على العمل المقدم كالتعرف على مدى نجاح الهيئة أو فشلها في تحقيق الأغراض التي أنشئت من أجلها.

Experience

خبرة

المعلومات والمهارات التي يحصل عليها الفرد من تجاربه المختلفة، وتدخل مدة الخبرة السابقة في تقدير الأجر، كما تؤثر الخبرة اللاحقة في فرص الترقى. وتحدد مواصفات الوظائف مدة الخبرة المطلوبة كحد أدنى لشغل الوظيفة.

F

Factory

المصنع

المنشآت التي تقوم بتحويل المواد الأولية إلى مصنوعات تصلح للاستهلاك، وذلك باستخدام الآلات وتشغيل العمال مقابل أجر، مع تطبيق نظام التخصص في الوظائف.

Federation

الاتحاد

التعاون بين هيئات مختلفة كالتعاون بين المنظمات أو الجمعيات على المستوى القومى أو النوعى.

Feed Back

استرجاع المعلومات

استخدام المعلومات المرتدة من الرؤوسين في عملية اتخاذ القرارات، وذلك بعد التصحيح والإضافة. وبعبارة أخرى تفيد عملية استرجاع المعلومات في تعديل القرار القائم أو في اتخاذ قرار جديد.

Financial Crisis

الأزمة المالية

انهيار في سعر الالتزامات المالية التي قد تؤدي إلى انهيار الاقتصاد. وأعظم أزمة مالية في تاريخ المالية العالمية حدثت بعد اكتساح وول ستريت في عام ١٩٢٩. وشهدت الأيام الأخيرة عددا من الأزمات المالية في روسيا وجنوب شرقى آسيا

وأمریکا اللاتینیة. وكانت لهذه الأزمات آثار كبرى على اقتصاد هذه الدول. كما حدث فى عام ٢٠٠٩ أزمة مالية مماثلة فى الولايات المتحدة تأثر بها العالم أجمع.

Foundation

مؤسسة

شخص اعتبارى ينشأ بتخصيص مال مدة محددة لعمل ذى صفة إنسانية أو دينية أو علمية أو فنية أو رياضية أو لأى عمل آخر من أعمال البر أو الرعاية الاجتماعية أو النفع العام دون قصد أى ربح مادى، ويكون إنشاء المؤسسة بسند رسمى أو وصية.

Function

وظيفة

مجموعة من الواجبات والمسؤوليات التى تتطلب تعيين فرد لأدائها، ومن المفروض أنه يوجد بكل منشأة عدد من الوظائف يتفق مع عدد الموظفين أو العمال بها.

G

General Union

النقابة العامة

النقابة التى تضم جميع فئات العمال بغض النظر عن حرفهم أو مهاراتهم، وكان بعض النقابيين يميلون إلى تكوين هذا النوع من النقابات لتقوية التضامن بين العمال للدفاع عن مصالحهم.

Good Offices

المساعى الحميدة

الجهود الطيبة التى يبذلها فرد أو هيئة لتسوية نزاع قائم بين طرفين وتذليل العقبات التى تحول دون التفاهم والوصول إلى اتفاق بينهما.

Government

الحكومة

١- نظام إدارة الدولة، أو أداة السلطة على الشعب وتصريف أموره وتوجيه جهوده وتنظيم سلوك أفرادها وجماعاته عن طريق القوانين التى يضعها صاحب السلطة فى الجماعة، ويتولى تنفيذها مستعيناً بالقوة المادية عند الاقتضاء.

٢- مجموع الهيئات الحاكمة فى الدولة، فتشمل بذلك السلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية.

Green Hands

عمال مبتدئون - عمال جدد

العمال الجدد الذين ليست لهم خبرة سابقة بالعمل والذين التحقوا بأية وظيفة.

Grievance

التظلم بشأن اتفاقية العمل الجماعية

كل خلاف يتعلق بتطبيق أو تفسير اتفاقية عمل جماعية أو كل شكوى بشأن هذا الخلاف يتقدم بها عامل أو أكثر خاضعين لاتفاقية عمل جماعية سارية.

Guarantee

الضمان

حماية شخص من ضرر يهدده أو تعويضه عن ضرر وقع عليه، والكفالة والضمان يرادفان الالتزام أو المسؤولية فى بعض العقود، وبهذا المعنى يكون المؤمن ضامنا والمتعهد بالنقل ضامنا، إلخ.

H

Half-Time Job

وظيفة بعض الوقت

وظيفة يشغلها العامل لمدة تقل عن مدة العمل المعتادة يوميا أو أسبوعيا. كاتب الحسابات الذى يعمل فى أكثر من منشأة.

Handicraft

حرفة يدوية

العمل الذى يزاوله الصناع مستخدمين فى ذلك مهاراتهم اليدوية دون الاعتماد على الآلات.

ويتولى الصانع العمل اليدوى بنفسه أو يعاونه أفراد أسرته أو عدد محدود من المساعدين.

Hand Worker

عامل يدوى

العامل الذى يعمل بيديه ويزاول إحدى الحرف.

Hierarchy

التدرج الهرمى

نظام ترتيب الأشخاص أو الأفكار أو الظواهر بحيث تتفاوت مراتبها أو قيمها، وتكون كل درجة فى هذا النظام باستثناء الدرجة العليا خاضعة للدرجة التى فوقها، وفى التدرج الهرمى تناسب السلطة وتتدفق من المستويات العليا إلى أدنى المستويات فى خط مستمر، ويطلق عليه "خط السلطة".

Human Relations

العلاقات الإنسانية

هى تلك العلاقات التى تنطوى على خلق جو من الثقة والاحترام المتبادل والتعاون بين أصحاب العمل والعمال، كما تهدف إلى رفع الروح المعنوية للعاملين وزيادة الإنتاج.

Human Resources

الموارد البشرية

الأفراد من الرجال والنساء الذين يمكن الانتفاع بأعمالهم وجهودهم فى مشروعات الإنتاج والخدمات.
وبعبارة أخرى تشمل الموارد البشرية جميع سكان القطر من مدنيين وعسكريين.

I

Improvement

ترقية

الإضافة أو التغيير الذى يحسن المستوى. الترفيع إلى درجة أعلى للموظف أو العامل أو الباحث.

Incentives

حوافز

الإمكانات المتاحة فى البيئة المحيطة بالفرد التى تشبع حاجاته التى يشعر بها.

ويقصد بها فى الفكر الإدارى مجموع العوامل التى تهيؤها الإدارة للعاملين لتحريك قدراتهم الإنسانية بما يزيد من كفاءة أدائهم لأعمالهم، على نحو أكبر وأفضل، وذلك بالشكل الذى يحقق لهم حاجاتهم وأهدافهم، ورغباتهم، بما يحقق أيضا أهداف المنشأة.

Income **دخل**

العائد الدورى الذى يحصل عليه الفرد فى نهاية كل فترة زمنية محددة. ومن أنواع الدخل الأجور والأرباح والفوائد. إلخ. والدخل الإسمى هو المقدار الفعلى الذى يحصل عليه الفرد مقدراً بالوحدات النقدية.

والدخل الحقيقى يشير إلى القوة الشرائية لمبلغ النقود الفعلى الذى يحصل عليه الفرد كدخل.

Incumbent **مُثبِت**

الموظف أو صاحب المنصب الذى يمر بجميع الخطوات القانونية بعد اختياره للعمل وبذلك يصبح دائما فى وظيفته.

Industrial Secrets **أسرار صناعية**

الأسرار الصناعية التى يحتفظ بها أرباب الصناعة ويحظر على عمالهم إفشاؤها، أما إذا حصلوا على شهادة براءة بها فتبطل أن تكون سرا.

Information **معلومات - إعلام**

١- البيانات والحقائق التى يتم الحصول عليها بغية إبلاغها، وتستخدم اليوم الحاسبات الإلكترونية لتخزين المعلومات واسترجاعها.

٢- نشر الحقائق والأخبار بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما وغيرها.

Information Theory

نظرية المعلومات

النظرية التي تقدر أن العقل ذو نسق معقد للغاية يتلقى ويخزن ويعالج البيانات التي تصل إليه من العالم الخارجى. وتقوم هذه النظرية بدراسة الاحتمالات المختلفة لنقل المعلومات والرسائل بدقة فى شبكة اتصالات معرضة لاحتمال التعطل والفشل فى أداء وظيفتها.

Innovation

الإبداع

أى عنصر ثقافى جديد فى الثقافة المادية وغير المادية بحيث يختلف نوعيا عن الأشكال القائمة ويتضمن ذلك الاكتشاف والاختراع.

ويرى جوزيف شومبيتر أن التجديد والابتكار هما أهم صفات المنظم فى المشروع حيث يقوم بإخراج منتجات جديدة ولا يتردد فى استخدام أساليب الإنتاج الجديدة وما إلى ذلك.

Institution

مؤسسة

هيئة ذات أغراض اجتماعية أو خيرية أو علمية.

Internet

شبكة الحاسب الإلكترونى العالمية

شبكة عالمية للحاسبات الإلكترونية متصلة بخطوط خاصة وكوابل الهواتف واتصالات بالأقمار الصناعية ذات برامج تتحكم فى حركة البيانات. وبها تسهيلات للدخول على قواعد البيانات وتنقل البيانات بين الحاسبات الإلكترونية والبريد الإلكترونى.

J

Job

عمل – وظيفة

يقصد بالعمل فى تحليل وتقييم الوظائف مجموعة من الوظائف المتشابهة الواجبات بالدرجة التى يمكن معها تغطيتها جميعا فى تحليل واحد، مثل عمل السكرتارية حيث يشمل استخدام الحاسب الإلكترونى والاستقبال، إلخ.

Job Rotation

التنقلات الوظيفية

أسلوب يتبع فى التنمية الإدارية يفسح المجال أمام الموظف فى التنقل من وظيفة إلى أخرى أو من فرع إلى آخر داخل الإطار الكلى للمنظمة لتعريفه بكافة أنشطتها وتدريبه تدريباً عاماً لتوسيع معلومات الموظف لأكثر من عمل وتنمية قدراته الفنية والعملية على مسئوليات وواجبات وأشكال الأعمال المختلفة.

Joint Venture

مشروع مشترك

عمل تجارى يدخل فيه شخصيتان أو أكثر، يحكمه قانون التضامن (١٨٩٠)، ولكنه يختلف عن التضامن فى أنه محدود بالوقت أو بالنشاط.

Jurisdiction

سلطة قضائية – نطاق السلطة

١- مجموع المحاكم ذات الدرجة الواحدة التى لها سلطة النظر فى الدعاوى والفصل فيها.

٢- السلطة التى تباشرها منظمة على منظمة أخرى أو على أشخاص أو على بعض نواحى النشاط.

ويقصد بها فى مسائل العمل السلطة المخولة للنقابة على بعض عمال أحد المصانع أو بعض أنواع العمل.

Jurisprudence

أحكام القضاء

الشروح القانونية التى تضعها المحاكم، ولذلك تؤلف أحكام القضاء مجموعة أحكام المحاكم فى كل موضوع على حدة.

K

Kaizen

التحسين المستمر (المنظم)

فكرة يابانية عن التحسين المستمر الذى يمثل الأساس فى إدارة الجودة الشاملة وفى

تقنية الوقت الفورية. وتهدف إلى البحث عن المشكلات والعمل على حلها، واستغلال الفرص في التحسين في أية مرحلة من مراحل المنهج.

Keiretsu **مجموعة شركات**

مجموعة شركات في اليابان تتبع نظاما إداريا قانونيا للمشروع. وهذه المجموعة ليست مبنية على المشاركة بالتساوي؛ فالشركة الأقوى تجذب إليها الشركات الأضعف وتعتمد على تبعية الموردين للشركة الأم.

Knowledge Worker **العامل المعرفي**

هو العامل غير المرؤوس، وإنما هو المساعد الذي يُعرف عن واجبه أكثر مما يعرف مديره عنه مثل المدير التنفيذي والمحامي ورئيس الجامعة والقسيس وغيرهم. وكثير من العملاء المعرفيين يمزجون العمل المعرفي بالعمل اليدوي وهؤلاء هم الخبراء الفنيون. والعامل المعرفي هو الفرد الذي يُستخدم في تحليل الأفكار والمعلومات والبيانات وتوصيلها إلى الجهات المعنية بها.

L

Labour Monopoly **احتكار نقابي**

رقابة نقابات العمال على سوق العمل وفرض فئات الأجور وغيرها من شروط العمل على أصحاب العمل.

ويتخذ احتكار العمل أكثر الأشكال تطرفا عندما تحصل نقابة مغلقة على اتفاق محل مغلق مع أصحاب العمل.

Laptop Computer **الحاسب الإلكتروني المحمول**

وهو حاسب إلكتروني شخصي صغير يمكن حمله وتشغيله ببطارياته الذاتية، وله شاشة مسطحة تنطوي على لوحة المفاتيح، ويستخدم عادة عند السفر. ويشتمل على جميع إمكانيات نظيره الحاسب الإلكتروني المكتبي.

Leadership

القيادة

هى القدرة على معاملة الطبيعة البشرية أو على التأثير فى السلوك البشرى لتوجيه الناس نحو هدف مشترك بطريقة تعمل على اكتساب طاعتهم وثقتهم واحترامهم وتعاونهم، وبمعنى إخر، بدون القيادة لا تتمكن الجماعة من تعيين اتجاه سلوكها أو جهودها.

Legal Proceedings

دعوى قضائية

الدعوى هى الحق المقرر لكل فرد فى الالتجاء إلى القضاء للحصول على حق مغتصب منه أو مال مجحود عليه.

Liberal Profession

مهنة حرة

هى المهنة غير التجارية التى يلعب فيها النشاط العقلى الدور الهام، وتقوم على ممارسة بعض العلوم والفنون ويزاولها الفرد بصفة مستقلة لحسابه الخاص كالمحامى والطبيب والمحاسب.

Logistics

الإمداد والتموين: السوقيات

تزويد أعضاء التنظيم بالمساعدة المادية والخدمات اللازمة، بما يكفل تحقيق أهداف التنظيم. وهو الفرع من العلم العسكرى الذى يختص بتدبير وصيانة ونقل المواد والأفراد والمعدات. ويختص بنقل الجنود وإيوائهم وتموينهم.

M

Management

الإدارة

توجيه وتسيير أعمال المشروع بقصد أهداف محددة، ويقوم شاغلو هذه الوظيفة بالتخطيط ورسم السياسات والتنظيم والتوجيه والرقابة.

Management Accounting

المحاسبة الإدارية

تحليل وعرض البيانات المالية وتلك التي تتعلق بالتشغيل والتي تساعد الإدارة على القيام بواجباتها فيما يتعلق بالتخطيط والمراقبة والتنفيذ بصورة فعالة، وتنطوى هذه المحاسبة على استخدام طرق عديدة لتحديد التكاليف ومراقبة الميزانية وتعيين التكاليف الجدية وإعداد النسب المالية والإدارية.

Management Information System

نظام المعلومات الإدارية

مجموعة من الإمكانيات البشرية والآلية تعمل مع بعضها في ظل مجموعة من القواعد والاختصاصات، وتقوم بجمع وتخزين واسترجاع وبحث وتحقيق الاستفادة القصوى من المعلومات المتاحة لدى المنظمة لرفع كفاءة العمل الإداري بها، ولاتخاذ القرارات في التوقيت المناسب لها.

Man Power

القوة العاملة – الأيدي العاملة

أفراد السكان الذين يمكن استغلالهم اقتصاديا. وللحجم العددي للقوة العاملة ولهيكلا المهني أثر كبير في الإنتاج. وبعبارة أخرى تشمل القوى العاملة المدنيين والعسكريين.

Manual Worker

عامل يدوي

العامل الذي تغلب على عمله الصفة اليدوية كالبراد والحداد والنجار، إلخ، ويتقاضى أجره عادة يوميا أو أسبوعيا.

Minority

الأقلية

١- الأقلية هي من يقل عدد أفرادها عن نصف مجموع أفراد الجماعة، ويطلق المصطلح بصفة عامة على فئات المجتمع الصغيرة العدد التي لها تأثير اجتماعي ضئيل.

٢- الفريق الذى لا يحوز عددا كافيا من الأصوات بشأن قبول أو رفض قرار أو مشروع معين.

Mobility of Labour

حركة اليد العاملة

رغبة العمال فى الانتقال من منطقة أو دولة للعمل فى منطقة أو دولة أخرى، وتسمى هذه بالحركة الجغرافية، أو بتغيير المهنة بمهنة أخرى وتسمى هذه بالحركة المهنية.

Motivation of Work

دوافع العمل

الدوافع التى تحرك الفرد فى العمل للأداء والإنجاز مثل الحوافز النقدية والمعنوية.

N

National Income

الدخل الوطنى

يمثل قيمة الناتج النهائى المتحقق فى اقتصاد ما، خلال فترة معينة؛ فهو عبارة عن إجمالى كل الدخول المكتسبة من إنتاج السلع والخدمات فى الدولة بما فى ذلك صافى الدخل من الخارج. ويتحقق توازن الدخل الوطنى عندما يتعادل الإدخار والاستثمار.

Negotiation

المفاوضة

تبادل وجهات النظر بين طرفين أو أكثر بشأن موضوع معين، وقد تنتهى المفاوضة بالوصول إلى تسوية نزاع أو إبرام اتفاق بشأن المسائل المشتركة.

O

Obligation

الالتزام

ارتباط قانونى يلتزم به شخص أو أكثر بمقتضى العرف أو القانون بأن ينقل حقا إلى شخص آخر أو أكثر، أو بأن يعمل أو لا يعمل شيئا.

Occupation

المهنة

نوع العمل الذى يقوم به الفرد، بغض النظر عن الصناعة التى يتم فيها هذا العمل وعن مركز وظيفة الفرد.

Occupational Specialization

تخصص مهنى

تخصص الفرد فى مباشرة مهنة من المهن وقصر جهوده عليها دون غيرها، والتخصص هو نتيجة لتقسيم العمل الذى يساعد على زيادة المهارة فى تأدية العمل.

Official Channels

الطرق الرسمية

الخطوات الرسمية المتبعة فى إجراء الاتصالات أو إنجاز المعاملات.

On Line

على الخط

عملية تتعلق بشبكة الاتصالات الدولية **internet** وتتصل بها. وتعنى كذلك جهاز متصل بالحاسب الإلكتروني مباشرة وتتحكم فيه وحدة المعالجة المركزية بالحاسب.

Operation Cycle

دورة العملية الصناعية

المدة التى يستغرقها تنفيذ العملية الصناعية منذ إصدار أمر التشغيل حتى رقابة المنتج النهائى.

Organization

التنظيم – المنظمة

١- **التنظيم** هو العملية التى تنشئ مُركَّباً متكاملاً من الوظيفة داخل الكيان الكلى، فيتم بمقتضاها تحديد المسؤوليات والسلطات بحيث يتمكن الأفراد من العمل مع بعضهم بعضاً بكفاءة فى سبيل تحقيق الأهداف المحددة، ويتم ذلك عن طريق وضع الهيكل أو الإطار الذى يجرى على أساسه النظام الإدارى لعمل مبادئ عناصره: الاختصاصات والسلطات والمسؤوليات والتبعيات والإشراف ومستويات الوظائف وعلاقات العمل الداخلية.

٢- المنظمة:

مجموعة من الأفراد تتعاون وتشارك بجهودها داخل تشكيل رسمي لبلوغ هدف مشترك بينهم كهدف اقتصادى أو اجتماعى أو سياسى، إلخ.

Overtime **العمل الإضافى**

ساعات العمل التى تزيد عن ساعات العمل المقررة بسبب قهرى كإصلاح الآلات عند عطلها أو ضغط المواسم أو مواجهة ضغط عمل غير عادى، وتنص عادة قوانين العمل واتفاقيات العمل الجماعية على التصريح بتشغيل العمال ساعات عمل إضافية فى مثل هذه الأحوال وبأداء أجر إضافى عنها.

P

Paradigm **الشكل التحليلى**

رسم يوضح باختصار شديد المفاهيم الأساسية فى موضوع ما مما يساعد على تقريبها للذهن.

Partnership **المشاركة - شركة تضامن**

- ١- المشاركة هى اشتراك اثنين أو أكثر من الأفراد فى عمل أو مشروع.
- ٢- شركة التضامن اتفاق بين شخصين أو أكثر فى تمويل وإدارة مشروع وتقسيم نتائجه من كسب أو خسارة بينهم كل بنسبة ما قدم.

Patent **براءة اختراع**

هى ضمان لحق استثمار الاختراع. والمتقدم بطلب الحصول على براءة الاختراع يجب أن يوضح أنه جديد وأنه صالح للتطبيق.

Pension **معاش**

هو مبلغ يعادل نسبة مئوية من الأجر أو مبلغ موحد يؤدى بصفة دورية للمؤمن عليه أو لأفراد أسرته فى حالات معينة.

Performance

الأداء – الإنجاز

القيام بأعباء الوظيفة من مسؤوليات وواجبات وفقا للمعدل المفروض أداؤه من العامل الكفاء المدرب.

Personnel Relations

علاقات الإدارة مع العاملين

نواحى نشاط الإدارة فى تعاملها مع العاملين كأفراد لاستخدام نشاطهم على أحسن وجه.

Pilot Study

دراسة النموذج التجريبي الرائد

دراسة بحوث تسويق مصغرة تجرى لمحاولة حل جميع المشكلات أو استئصالها قبل إجراء الدراسة الموسعة. فمثلا دراسة النموذج الرائد يجب أن توضح التغييرات المطلوبة فى استبانة؛ لأن الأسئلة ربما تكون غامضة أو تغفل بعض النقاط، إلخ.

Placement

تعيين فى وظيفة

عملية إلحاق الفرد بوظيفة تتناسب مع مؤهلاته وخبرته. وقد يكون التعيين تحت الاختبار أو بصفة نهائية.

Policy

السياسة

مجموعة القواعد الأساسية التى تضعها الإدارة العليا لتهتدى بها القرارات التى تتخذ فى كل مستويات المنظمة، وتعتبر من أهم وثائق التنظيم، وتفيد فى حل الخلافات التى تنشأ بين الرؤساء بشأن سياسة المشروع.

Position

مركز وظيفى – منصب

مجموعة واجبات ومسؤوليات تستلزم تخصيص فرد للقيام بها، ومن المفروض أن عدد الوظائف فى المنشأة يعادل عدد العاملين بها.

والوظيفة قد تكون مشغولة أو خالية، وتتميز بما تتضمنه من واجبات ومسؤوليات، ولا تتأثر الوظيفة بمن يشغلها من الموظفين، إذ تحدد حقوق ومسؤوليات من يشغلها قبل أن يعين فيها أحد.

السلطة **Power**

القدرة أو القوة التي تمكن من السيطرة على الناس ورقابتهم للحصول على طاعتهم وتوجيه جهودهم إلى نواح معينة.

مران – ممارسة **Practice**

اشتراك المتدرب اشتراكا فعليا في العمل للإحاطة بظروف العمل في المهنة التي يتدرب عليها أو ليمارس كيفية تنفيذ عمليات معينة.

الجماعة الضاغطة **Pressure Group**

جماعة مرتبطة بأهداف واتجاهات مشتركة تحاول أن تحصل على قرارات لصالح قيمها المفضلة بكافة الوسائل التي تحت تصرفها. ومن أمثلة هذه الجماعات: الأحزاب السياسية والنقابات والجماعات الدينية، إلخ. ويفضل البعض استخدام عبارة الجماعات ذات المصلحة لما تثيره كلمة "الضغط" من معان مستهجنة.

الخصخصة **Privatization (Denationalization)**

الخصخصة عكس التأميم. وهي عملية بيع شركة أو أصل عام مملوك للدولة إلى القطاع الخاص، ويجرى إما لأسباب سياسية أو اقتصادية. والسبب الاقتصادي للخصخصة هو رفع كفاءة إنتاج الشركة أو الأصل بالملكية الخاصة، رغم أن معظم خبراء الاقتصاد ينادون بأن الخصخصة تؤدي ذلك فقط إذا كانت مصحوبة بتزايد المنافسة.

الإنتاجية **Productivity**

تقوم الإنتاجية على أساس الارتباط بين عنصر العمل وبين ذلك القدر الذي تنتجه كل

وحدة من وحدات هذا العنصر، ولذلك فإن إنتاجية العامل هي ما ينتجه في فترة زمنية معينة.

الترقية Promotion

هي انتقال الموظف إلى مركز أعلى من حيث المسؤولية والسلطة من مركزه الحالي، وفي معظم الأحوال تكون الترقية مصحوبة بزيادة في الأجر أو المرتب. وترقية السلعة تعني استخدام وسائل الإعلان وإجراء عروض مغرية لبيع سلعة أو ترويج خدمة مثل بيع قطعتين بثمن واحد.

الرخاء - الرفاهية Prosperity

الحالة الاقتصادية التي يتحقق فيها مستوى معيشة لائق للمجتمع من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والصحية والثقافية.

العلاقات العامة Public Relations

تقوم العلاقات العامة بعملية الاتصال بين المنظمات وال جماهير التي تتصل بها مثل العاملين والمساهمين والمستهلكين والسلطات الحكومية والبيئة المحلية وتشرح وتفسر كل منهما للآخر، حتى يمكن لهذه المنظمات النجاح وكسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده.

Q

ضبط الجودة Quality Control

الإشراف على العمليات لتحقيق إنتاج السلعة بأقل تكلفة وأقصر وقت ممكن وبالجودة والكمية المطلوبتين.

الاستبانة Questionnaire

وسيلة لجمع البيانات قوامها الاعتماد على مجموعة من الأسئلة ترسل إما بطريق

البريد لمجموعة من الأفراد، أو تنشر على صفحات الجرائد والمجلات، أو على شاشة التلفاز أو عن طريق الإذاعة، ليجيب عنها الأفراد أو ليقوموا بإرسالها إلى المشرفين على البحث أو تسلم باليد للمبحوثين ليقوموا بالإجابة عنها ثم يتولى الباحث أو أحد مندوبيه جمعها منهم بعد أن يدونوا إجاباتهم عنها.

R

الترشيد العقلاني Rationalization

الوسائل التي تهدف إلى زيادة الإنتاج وتحسينه وتخفيض تكاليفه عن طريق التنظيم الفنى المطرد إلى درجة من الرشد يصل عندها الضياع أو التبذير إلى أدنى حد.

تأهيل مهني Rehabilitation

التدريب الذى ينظم للمعاقين لمساعدتهم على استغلال قدراتهم واستعداداتهم فى القيام بالعمل الذى يتناسب مع قدراتهم اليومية.

الاستقالة Resignation

فسخ عقد العمل المحدد بإرادة العامل لعدم رضائه عن شروط العمل أو لعتوره على عمل آخر أكثر ميزة من عمله السابق.

المسئولية Responsibility

المسؤولية تعادل السلطة كمبدأ فى الإدارة، وهى الالتزام بواجب يحاسبُ عليه الفرد كمسئولية الموظف عن عمله.

التقاعد Retirement

بلوغ العامل سناً معينة يُفترض فيها عدم قدرته على العمل، ويختلف سن التقاعد باختلاف المهن. كما أن سن التقاعد للنساء يقل عادة فى نظم التأمين الاجتماعى عن سن التقاعد للرجال.

Routine Work

عمل رتيب

العمل الذى يجرى بطريقة محددة على وتيرة واحدة بدون تفكير أو إعمال العقل. تقضى هذه الطريقة بترتيب جميع الوظائف الموجودة بالمنظمة من أعلاها إلى أدناها ترتيبا تنازليا يبدأ بالوظيفة الأهم إلى الوظيفة الأقل بدون النظر إلى من يشغلها حاليا أو الأجر الذى يُدفع لها فعلا، ولا يتم الترتيب على أساس مقارنة عوامل أو صفات محددة، بل يتم على أساس العمل كوحدة.

S

Scientific Management

الإدارة العلمية

أحد البحوث النمطية فى نظرية الإدارة، الذى يؤكد عقلانية مناهج الإدارة، ويعتقد أن الكفاءة العملية يمكن تطويرها بتطبيق مبادئ الإدارة العلمية التطبيقية. وهو مصطلح أبدعه فريدريك تايلور فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين.

Self Management

الإدارة الذاتية

وهى إدارة المرء أو المنظمة لذاتها دون تدخل خارجى.

Seniority

الأقدمية

المدة التى قضاها الموظف فى الوظيفة التى يشغلها بالمنشأة. وقد تحتسب أقدمية الموظفين باعتبار المنشأة وحدة واحدة، كما تحتسب على أساس الأقدمية فى الإدارة أو القسم الذى يعمل به الموظف، أو على أساس الأقدمية فى نفس الوظيفة التى يشغلها.

Skill Requirements

المهارات المطلوبة

وهى المهارات المطلوبة لمزاولة مهنة معينة، ويمكن التعرف عليها عن طريق تحليل الوظائف. وتعنى المهارة السهولة والسرعة والدقة فى أداء العمل مع المقدرة على تكيف الأداء للظروف المتغيرة.

Social Management

الإدارة الاجتماعية

وهي الأعمال المتصلة بتنفيذ المشروعات الاجتماعية التي يتولاها المتخصصون في إدارة الخدمات الاجتماعية والتي يستخدمون فيها الأساليب الفنية التي تقوم على تطبيق العلوم الاجتماعية الأساسية.

كما يدل الاصطلاح على الدراسة المتصلة بتحليل السياسة الاجتماعية أو تنفيذها ومدى أثرها في معالجة المشكلات الاجتماعية.

Social Security

الضمان الاجتماعي

النظام الذي تضعه الدولة لحماية الأفراد وأسرهم عند تعرضهم لمختلف كوارث الحياة، وتؤمن لهم سبل العيش والراحة بمستوى كريم لائق.

Soft ware

برامج الحاسب الإلكتروني

البرامج المستخدمة في الحاسب الإلكتروني بالإضافة إلى وثائقها. وهناك فرق بين برامج الأنظمة أي تلك البرامج التي تتحكم في وظائف الحاسب الإلكتروني ذاته، وبين برامج التطبيقات مثل برامج المحاسبة والمراجعة المصممة لخدمة تخصص معين.

Specialization

التخصص

قصر الفرد جهده على عمل معين يزاوله دون غيره مما يؤدي إلى تثبيت وتعميق المعارف والمهارات ورفع مستوى كفاءة العامل إلى المستوى المطلوب لأداء مهنة معينة.

Staffing

شغل الوظائف

أحد مهام الإدارة أي ملء الوظائف بالمرشحين المناسبين، وذلك بعد الاتصال بموارد القوة العاملة والقيام بالإجراءات الخاصة بالتعيين.

Statistics

علم الإحصاء

العلم الذي يبحث في طريقة جمع الحقائق الخاصة بالظواهر العلمية والاجتماعية التي

تتمثل فى حالات أو مشاهدات متعددة، وفى كيفية تسجيل هذه الحقائق فى صورة قياسية رقمية، وتلخيصها بطريقة يسهل معها معرفة اتجاهات هذه الحقائق وعلاقات بعضها ببعض والقوانين التى تسير تبعاً لها.

مرفوس Subordinate

الموظف الذى يخضع لإشراف رئيسه ويتولى تنفيذ أوامره وتعليماته بشأن العمل المكلف به.

المشرف Supervisor

رئيس العمل هو الصلة المباشرة بين الإدارة والعاملين، كما أنه يقوم بتنفيذ السياسات الإدارية المختلفة فى محيط العاملين.

تحليل الأنظمة Systems Analysis

١- الدراسة التحليلية لنشاط أو إجراء أو أسلوب لتقرير الغرض منه وكيفية إنجاز العمليات الضرورية على أفضل وجه وبشكل أدق. ويراد بتحليل الأنظمة دراسة تفصيلية للأنشطة والإجراءات وسير المعلومات وتسجيلها بهدف وضع أنسب الترتيبات لنقل تلك المعلومات إلى الحاسب الإلكتروني.

٢- الدراسة الشاملة للإجراءات الخاصة بتجميع المعلومات وتنظيمها ونقلها وتقييمها بهدف تقدير ما يجب عمله تقديراً دقيقاً، وكيفية إنجازه وبحث العناصر المتوافرة لذلك الغرض وأخيراً وضع نظام للمراقبة.

T

التكتيك - الخطة النظامية Tactics

فن استخدام أساليب النضال وأشكاله ومناهجه لتحقيق أهداف معينة على أحسن وجه، وبالذات لتحقيق العمليات الجزئية لوضعها فى خدمة الهدف الإستراتيجى العام. فالتكتيك يحدد أفضل الوسائل والمناهج لتحقيق مهام معينة فى ظروف مادية محددة.

وعلى العموم هو جزء من أجزاء الاستراتيجية يحقق مرحلة من مراحلها ويخضع لأهدافها ولا يتناقض مع مسارها العام.

واجب Task

كل موقف يُبذل فيه مجهود بشري لغرض معين، وهذا المجهود إما أن يكون بدنياً أو عقلياً. وتتكون الوظيفة من عدة واجبات بحيث تتطلب استخدام فرد للتفرغ لها.

عمل الفريق – العمل الجماعي Team Work

الظاهرة التي تنتج عن تعاون جماعة من العاملين لتحقيق الهدف المشترك أو بالذات زيادة الإنتاج، وهي التي تعتمد فيها واجبات العامل على إنجاز واجبات عامل آخر من الفريق.

التقنية Technology

التقنية بمعناها الواسع هي مجموعة من الوسائل يؤثر بها الإنسان في العالم الخارجى ويسيطر على المادة، أو هي مجموعة الاختراعات والتطبيقات التي تستخدم في الإنتاج.

السجل التجارى Trade Register

دفتر بأسماء التجار في كل عاصمة أو محافظة تحت إشراف الوزارة المختصة ويلزم جميع التجار، أفراداً وشركات من الذين يعملون في العاصمة أو المحافظة بأن يطلبوا قيد أسمائهم في السجل التجارى مع ذكر البيانات الدالة على مركزهم القانونى.

وسائل الانتقال Transportation Facilities

أهم هذه الوسائل هي السيارات والحافلات التي توفرها إدارة المنشأة أو العاملين عن طريق تعاونهم، وتخصص لنقل العاملين من مساكنهم إلى المنشأة وبالعكس لتيسر لهم الوصول إلى عملهم وهم في حالة تمكنهم من مواجهة واجباتهم اليومية ومن العودة إلى منازلهم في نهاية عملهم بدون تأخير أو تعب لا مبرر له.

U

Union

نقابة – اتحاد

١- **النقابة** هي جماعة تتكون من العمال للنهوض بأحوالهم والدفاع عن مصالحهم أمام أصحاب العمل والسلطات المختصة.

٢- **الاتحاد** هو انضمام بعض الأفراد أو الجماعات إلى بعضها بعضا لتحقيق هدف مشترك كاتحاد أصحاب العمل واتحاد الجمعيات.

Urbanization

تحضر

عملية تحويل المناطق الريفية إلى مناطق حضرية، مما يؤثر في التركيب الاقتصادي للسكان، ويتضمن تغيرات أساسية في تفكير وسلوك الناس وقيمهم الاجتماعية واتجاهاتهم نحو العمل.

V

Vacant Post

وظيفة شاغرة

الوظيفة التي تخلو من بين الوظائف المقررة بالمنشأة، وذلك بسبب استقالة شاغلها أو تقاعده أو فصله من العمل أو وفاته أو بسبب إنشائها إذا لم تكن الوظيفة موجودة من قبل.

Value Analysis

تحليل القيمة

طريقة يُحلل بواسطتها بصورة منهجية كل عنصر وكل عملية داخلية في صنع السلعة وفحص وظيفتها وفائدتها بالنسبة إلى التكاليف المتكبدة. والهدف من هذه الطريقة هو تحقيق منفعة متساوية من السلع أو الخدمات بتكاليف أقل، وهي تعرف أيضا باسم طريقة التحليل الوظيفي.

W

أجر Wage

هو عائد العمل، ويُدفع نقداً، أو يُدفع جانب منه نقداً والجانب الآخر عينا. كما يُصرف عادة للعمال اليدويين في فترات قصيرة يومية أو أسبوعية.

اقتطاع من الأجر Wage Cut

استقطاع جزء من الموظف أو العامل لعقوبة تأديبية. كما يقصد بهذا الاصطلاح تخفيض فئة الأجر.

مستويات الأجور Wage Levels

مستويات الأجور السائدة في منطقة أو صناعة معينة، التي يأخذها في الاعتبار عادة أصحاب العمل عند تحديد أجور أعمالهم.

قائمة الانتظار Waiting List

قائمة بأسماء الأفراد الذين تقدموا للعمل لدى إحدى المنشآت، وتعتبر هذه القائمة مصدراً هاماً للرجوع إليها عند حاجة المنشأة إلى إلحاق عمال بها.

عامل الياقة البيضاء White-Collar Worker

هو عامل لا يعمل في حرفة يدوية ويعمل في أحد المكاتب مثل العاملين في الأعمال الكتابية والإدارية والتعليمية.

ظروف العمل Work Conditions

تتكون ظروف العمل من مجموع الأحوال الطبيعية والمادية التي يمكن أن تحيط بالعامل في مكان العمل وتشمل بصفة عامة:

١- الظروف التي تؤثر على صحة العامل كالإضاءة والتهوية والحرارة والرطوبة إلخ.

٢- الظروف التي تؤثر على سلامة العامل كالألات والكهرباء والإشعاعات الحرارية أو الضوئية أو الذرية أو الكيميائية أو العوامل الحيوية.

Work Environment

بيئة العمل

العوامل التي تحيط بالعامل أثناء إنجاز عمله. وقد تكون البيئة الطبيعية والمباني والآلات والضوضاء والحرارة والضوء والرطوبة إلخ، أو المحيط البشري كزملاء العمل والرؤساء المباشرين والمرؤوسين والعملاء إلخ.

Work Flow

تدفق العمل

النشاط الذي يتم في أحد أقسام المنشأة من حيث نوعه وكميته وخطواته والوقت الذي يستغرقه. وتستخدم خرائط تدفق لدراسة هذا التدفق ومحاولة التغلب على ضغط العمل أو سوء توزيع الموظفين.

Work Performance

إنجاز العمل

هو ما يطلب من العامل القيام به. ويقاس هذا الإنجاز بتحديد العلاقة بين كمية العمل المنجز وبين ساعات العمل التي استخدمت في هذا الإنجاز لإيجاد علاقة عادلة ومنظمة بينها.

Workshop

ورشة - حلقة دراسية حرة

١- **الورشة** هي المكان الذي تتم فيه بعض العمليات الصناعية بطريقة يدوية ولا تستخدم فيه عادة القوة المحركة.

٢- **الحلقة الدراسية الحرة** هي حلقة دراسية لا يشارك فيها عادة غير الأفراد الذين سبق لهم الاشتغال بالموضوع المدروس، وتتميز بحرية المناقشة وتبادل وجهات النظر، والتطبيق العملي لمختلف الطرق والأساليب.

مراجع المترجم

أولا - المراجع الأجنبية:

- 1 - Andrew D. Szilagyi, Jr., *Management and Performance*, (Houston: Scott, Foresman and Company, 1988).
- 2 - A.Zaki Badawi, (Dr.), *Dictionary of Management Sciences*, (Beirut: Dar Al Kitab Al Lubnani, 1994).
- 3 - Della Summers, ed., *Longman's Dictionary of Contemporary English*, (Essex: Longman Group Ltd., 1995).
- 4 - E. M. Kirk Patrick, ed., *Chamber's 20th Century Dictionary*, (New Delhi: Allied Publishers Private Limited, 1986).
- 5 - Mohammed Saker (Dr.), *Saker Dictionary, Economic, Administrative and General Terms*, (Cairo: Dar Al Nahdha Al Arabiya, 2002).
- 6 - Jonathan Law, ed., *Oxford Dictionary of Business and Management*, (Oxford: Oxford University Press, 2006).
- 7 - Paul Proctor, ed., *Cambridge International Dictionary of English*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1997).
- 8 - Peter F. Drucker, *Management Challenges for the 21st Century*, (Oxford: Elsevier Book Aid Sabre Foundation, 2007).
- 9 - Rosalind Fergusson. *The New Penguin Dictionary of Abbreviations*, (London: Penguin Books, 2000).
- 10- Tamer Hegazy, *The Commercial Dictionary*, (Alexandria: Dar Al Mat-

bouat Al Gameiya, 2006).

- 11- Victoria Neufeldt, ed., *Webster's New World College Dictionary*, (New York: A Simon & Schuster Macmillan Company, 1996).

ثانيا - المراجع العربية:

- د. إبراهيم أنيس وآخرون، **المعجم الوسيط**، (إستانبول: المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٧٢).

المؤلف فى سطور:

پيتر فيرديناند دروكر (١٩٠٩-٢٠٠٥)، ولد فى قيينا وتعلم فى أستراليا وإنجلترا. وفى عام ١٩٢٩ كان مراسلا خارجيا لإحدى الصحف، وكان خبيرا اقتصاديا لأحد البنوك الدولية فى لندن. وطئت قدماه الولايات المتحدة فى عام ١٩٣٧ ليعمل أولا خبيرا اقتصاديا لمجموعة من البنوك البريطانية وشركات التأمين، ثم مستشاراً إدارياً لعدة شركات كبرى فى البلاد وعدة شركات رائدة فى الخارج.

أمضى فترة متميزة فى التدريس أستاذاً للسياسة والفلسفة فى كلية بينينجتون ثم قضى أكثر من عشرين عاماً أستاذاً للإدارة فى معهد الخريجين فى الأعمال التجارية التابع لجامعة نيويورك. ومنذ ١٩٧١ حتى ٢٠٠٢ كان أستاذاً متميزاً فى علم الاجتماع فى معهد كلير مونت للخريجين فى كاليفورنيا.

ويعتبر دروكر أبا روحيا للدارسين فى علم الإدارة؛ ومنح فى عام ٢٠٠٢ ميدالية الحرية الجمهورية من الرئيس جورج دبليو بوش.

أمضى خمسين عاماً من العطاء فى مجالات الإدارة والتنظيم والاقتصاد والمجتمع، وهو مبدع مصطلح "العامل المعرفى"، وكان مفكراً واسع المعرفة فى القانون الدولى والتاريخ والمنظمات والسياسة والأخلاقيات وعلم الجمال والعلوم الإنسانية. وكان فى الخمسينيات من القرن العشرين طليعة المعلمين فى دورات القيادة، وأبدع فيها مصطلح "الزمالة". ونادى بأن يستبدل القادة السؤال: "ماذا أريد؟" بالسؤال: "ماذا نحن فى حاجة إليه؟" وهو القائل: "لا تستطيع أن تقود الآخرين ما لم تعرف كيف تقود نفسك!".

دبج عدة مقالات نشرها فى الدوريات وأصدر عدة كتب هذا هو آخرها.

المترجم فى سطون:

الدكتور توفيق على منصور من مواليد ١٩٣١/٣/٩ فى جزيرة الحجر - المنوفية. أمضى نصف حياته الأول فى الخدمة العسكرية حيث تخرج فى الكلية الحربية فى ١١ فبراير ١٩٥٢ وشارك فى ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وفى حرب العدوان الثلاثى ١٩٥٦ وفى حرب اليمن ١٩٦٤ وفى حرب يونية ١٩٧٦ وفى حرب الاستنزاف ١٩٦٧-١٩٧٠ وفى حرب رمضان/ أكتوبر ١٩٧٣ حتى أنهى خدمته العسكرية بعد أن تقلب فى عدة مناصب قيادية ورئاسية وتعليمية، وتقاعد برتبة اللواء الركن فى ٢ يوليو ١٩٧٩. ترجم فيها وألّف عدة كتب فى المجالات الهندسية والشرطية والتاريخية والعسكرية والإدارية وحصل على الماجستير فى الشئون الفنية من الكلية الفنية ببرنو، وزار عدة دول أوروبية وآسيوية.

وفى النصف الثانى بعد التقاعد حصل على الماجستير فى الأدب الإنجليزى ثم الدكتوراه من جامعة القاهرة وعمل أستاذا مساعدا فى كلية الملك فهد الأمنية بالرياض ثم فى كلية الحقوق وكلية التمريض وكلية الزراعة جامعة المنوفية، وصار عضوا فى اتحاد الكتاب المصرى ثم عضوا فى رابطة الأدب الإسلامى العالمية. وصدرت له عدة كتب مؤلفة ومترجمة تزيد عن ستين كتابا فى موضوعات الجيولوجيا والجغرافيا والإدارة والأدب. وترجم جميع قصائد وملاحم وسونيات ويليام شيكسبير شعرا بشعر فى البحر المتقارب. وله مسرحيتان شعرا إنجليزيا *The Myth of the Li-brary* و *The Twice Born and The Twice Died*

وله معجم الاختصارات والمصطلحات السياسية والاستراتيجية باللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية، وله ديوانان من الشعر الإبداعى ومجموعة قصصية. وله مطبوعات أخرى فى الهيئة العامة للكتاب والمجلس الأعلى للثقافة والهيئة العامة لقصور الثقافة والمركز القومى للترجمة ومكتبة الآداب ودار الكتاب اللبنانى ومركز الأهرام للترجمة والنشر والدار المصرية اللبنانية.

حضر عدة مؤتمرات دولية فى الرياض والقاهرة، وإقليمية فى الإسكندرية ومرسى مطروح والعريش. وأصدرت له الصحف الألمانية والسعودية والمصرية عدة

دراسات. وفاز بجائزة عبد الله باشراحيل في الترجمة بملحمة شيكسبير "اغتيال
لوكريس" التي ترجمها شعرا بشعرا؛ وهي المسابقة التي نظمتها جامعة المنيا في عام
٢٠٠٩.

الإشراف اللغوي: حسام عبد العزيز
الإشراف الفني: حسن كامل



هذا الكتاب خلاصة لعطاء العالم بيتر دروكر. يوضح بجلاء التحديات التي تواجه العالم فى القرن الحادى والعشرين وأساليب مواجهتها. ويتلخص فى خمسة مبادئ: تحديد الأهداف، والتنظيم، والدوافع والاتصالات، ووضع معايير للأداء، وتنمية الموارد البشرية بما فيها الذات.

وهو كتاب لا يخص رجال الأعمال التجارية فحسب بل يخص جميع القادة والمديرين والعاملين فى جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاستراتيجية والاجتماعية وغيرها، وينادى بالخصخصة فى جميع المؤسسات بما فيها الجامعات، إيماناً منه بأن الحكومة معنية بالحكم لا بالعمل.

Bibliotheca Alexandrina



0742648